

Proyecto para la Introducción en el Mercado de Galletas Congeladas Listas para Hornear “MR. COOKIE”

Samanta Paulina López Chumaña ⁽¹⁾ María José Plua García ⁽²⁾ Aníbal Oswaldo Vásquez Jaramillo ⁽³⁾

Facultad de Economía y Negocios ⁽¹⁾

Escuela Superior Politécnica del Litoral ⁽¹⁾

Km. 30,5 Vía perimetral, 28003, Guayaquil, Ecuador ⁽¹⁾

samplope@espol.edu.ec ⁽¹⁾ majoplua@espol.edu.ec ⁽²⁾ aniosvas@espol.edu.ec ⁽³⁾

Leonardo Estrada. ⁽⁴⁾ Escuela Superior Politécnica del Litoral ⁽⁴⁾, Economista, mestrada@espol.edu.ec ⁽⁴⁾

Resumen

Este proyecto realiza un análisis para conocer la posibilidad de hacer una investigación para la creación y aceptación de Galletas Congeladas listas para hornear “Mr. Cookie” en la ciudad de Guayaquil, partiendo de una breve investigación de mercado acerca de este tema, en la cual se evidenció que no existe un producto con características similares al nuestro. Mediante este producto queremos satisfacer las necesidades de todas las personas que desean preparar galletas con sabor casero y de fácil preparación. Elaboramos la cadena de valor mediante datos estadísticos, investigaciones y encuestas, las cuales nos ayudaran a la determinación de factores y variables inmersos en la ejecución de una actividad de este tipo, para de esta forma dar paso a la estructuración de los mismos en el desarrollo de un flujo de efectivo. Posteriormente, mediante el uso de las herramientas financieras, la TIR y el Payback se da paso a la estimación de la viabilidad del proyecto de investigación y a la rentabilidad que se va a obtener con la implementación de galletas congeladas. El presente tema está presentado en cinco partes. En la primera se detalla la introducción, la segunda se realiza un estudio de mercado, en la tercera sección se presenta el estudio de marketing, en la cuarta el estudio organizacional, y en la última sección se evalúa el proyecto mediante un estudio financiero. Finalmente, se presenta las conclusiones y recomendaciones obtenidas en base a los resultados de los estudios anteriormente descritos.

Palabras Claves: Galletas congeladas, sabor casero.

Abstract

This Project perform an analysis to determine the possibility of making an do research for the creation and acceptance of Frozen ready to bake biscuits “Mr. Cookie” in the city of Guayaquil, on a brief market research on this topic, in which it was demonstrated that there is a product with characteristics similar to our. With this product we want to meet the needs of all people who want prepare homemade cookies with flavour and easy preparation. We will develop the value steps through statistical data, research and polls, which will help us determine the factors and variables involved in the execution of an activity of this sort, thus giving way to structure them in the development of cash flow later by using financial tools, the IRR and Payback, it leads to the estimate of the investment project feasibility and profitability to be achieved with frozen biscuits. This topic is presented in five parts. In the first detailed introduction, the second is done a market survey, en the third section presents the marketing study, the fourth the organizational study, and the final section evaluates the project through a financial stud. Finally, we present the conclusions and recommendations obtained based on the results of the studies described above.

Keywords: frozen biscuits, taste of home.

1. Introducción

Hemos considerado que nuestro producto es atractivo y rentable, debido a la investigación de mercado realizada nos dimos cuenta la aceptación que nuestro producto va a tener en el mercado de galletas congeladas, ya que la existencia de productos sustitutos en el mercado es baja.

MR. COOKIE es el nombre de nuestro producto, son galletas congeladas listas para hornear con la mas alta tecnología y calidad brindando a nuestros clientes el mejor producto, dirigido especialmente para satisfacer las necesidades de todas las personas que desean preparar galletas con sabor casero, con un estrato social-económico medio en adelante.

Nuestro propósito social se enfoca en cambiar el acelerado estilo de vida que llevan las personas, ahorrando tiempo, dinero y en la comodidad de su hogar.

Para la elaboración de las galletas utilizaremos una receta casera con preservantes naturales garantizando salud y bienestar para la comunidad, ya que son nutritivas con una deliciosa fuente de energía y altos grados de hierros y proteínas.

1.1. Objetivo general

Evaluar la viabilidad tanto económica como financiera de nuestro proyecto de **GALLETAS CONGELADAS LISTAS PARA HORNEAR “MR. COOKIE”**.

1.2. Características del producto

Las galletas congeladas listas para hornear vienen en paquetes de 24 unidades, con un peso promedio de 4 Gramos por galleta y un diámetro de 3.5 Centímetros lo que permite reducir el proceso de preparación a solo retirar del empaque e introducir al horno. Inicialmente las galletas se elaborarán con un solo sabor, vainilla con chispas de chocolate.

Los principales atributos de las galletas es que son de fácil preparación con una consistencia perfecta y sabor casero, requiere de poco tiempo y energía para elaborarlas, lo que resuelve el problema de tiempo de las personas actualmente, evita el uso de muchos utensilios de cocina, ya que, tienen el peso y la medida ideal.

No contiene químicos que sean dañinos para la salud debido a que son totalmente naturales, y son nutritivas con una deliciosa fuente de energía y altos grados de hierro y proteínas.

El mensaje que se quiere dar a nuestros clientes es de tipo emotivo, hacerles recordar lo rico que son los postres caseros como los que nos preparaban nuestras abuelitas y las grandiosas ganas que tenemos de degustar uno como esos, pero que por el mundo tan acelerado en el que vivimos no lo podemos hacer por falta de tiempo; por eso se creó Mr. Cookie, las ricas galletas congeladas listas para hornear que no solo son galletas sino una manera de facilitar nuestra vida.

2. Estudio de Mercado

La investigación mercados busca proveernos una imagen más clara de la situación actual del mercado al cual queremos llegar.

Prevedemos poder encontrar, por medio de esta investigación, los factores más importantes dentro de este mercado, los cuales nos ayudaran a tomar decisiones críticas para el proyecto en diferentes aéreas del mismo.

También prevemos que la investigación de mercados va ser muy provechosa para el proyecto debido a que de esta vamos a poder obtener información crucial que nos ayudará en la elaboración de las diferentes estrategias de comercialización y de marketing.

2.1. Presentación de resultados

Para poder determinar el tamaño de la muestra nos debemos basar en tres factores principalmente: El porcentaje que se supone existe en la población (p), el nivel de confianza o fiabilidad que se desea (z), el margen de error aceptado (e).

EL cual se calcula con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p(1 - p)}{e^2}$$

Para esta investigación los datos que vamos a utilizar serán los siguientes:

Para p , debido a que no conocemos las distribuciones en este mercado, se utilizar el 50%, $p=0.50$.

Para Z , el nivel de confianza que buscamos es del 95% y este en la tabla normal de Z equivale a 1.96, $Z=1.96$.

Para e , el máximo margen de error que aceptaremos será del 5% por lo tanto $e=0.05$.

Reemplazando estos valores dentro de la formula antes mencionada el resultado sería el siguiente:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50(1 - 0.50)}{0.05^2}$$

$$n = 384.16$$

Por lo tanto la cantidad de personas de la población objetivos a ser encuestadas sería 384.

2.2. Resultados de la investigación cualitativa

Con los resultados obtenidos de las encuestas podemos determinar que nuestro mercado potencial será de 1'603,718 personas, debido a que de la población total solo el 84% de los individuos consumen galletas, y de ellos solo el 77% están dispuestos a comprar nuestro producto. Por lo tanto nos muestra que la realización de nuestro proyecto de galletas congeladas es factible de realizar y llevar a cabo, puesto que, la mayoría de las personas les gustaría probar nuestro producto.

2.3. Determinación de precios

El precio se determinó en base a las encuestas realizadas, se encuentra entre un rango de 0.50cts - \$2. Hemos concluido que el precio final es de 0.85cts.

Tabla 1. El Precio ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por una caja de 6 unidades?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
.25	8	2,0	2,4	2,4
.30	12	3,0	3,6	6,0
.35	4	1,0	1,2	7,1
.40	48	12,0	14,3	21,4
.45	4	1,0	1,2	22,6
.50	100	25,0	29,8	52,4
.60	20	5,0	6,0	58,3
.70	4	1,0	1,2	59,5
.80	8	2,0	2,4	61,9
1,00	76	19,0	22,6	84,5
1,20	4	1,0	1,2	85,7
1,50	8	2,0	2,4	88,1
2,00	40	10,0	11,9	100,0
Total	336	84,0	100,0	
Perdidos	Sistema	64	16,0	
Total		400	100,0	

3. Plan de marketing

El modelo del plan de marketing es una herramienta que nos ayuda a definir la estrategia de comercialización del producto, su finalidad es coordinar todas las acciones de marketing de manera que se logre el mayor impacto posible con los clientes.

Lo que nos lleva ahora a realizar la evaluación de las cuatro variables operativas del proyecto, con un análisis exhaustivo de dichas variables que son precio, plaza, producto y promoción.

3.1. Objetivos de mercadotecnia

Aumentar la frecuencia y la cantidad de compra, fidelizar al cliente, hacer que se sienta beneficiado, incrementar las ventas en el corto plazo, disminuir la temporalidad de las compras.

El objetivo de la comunicación de la empresa es informar a sus clientes de las características que tiene nuestro producto Mr. Cookie, para así persuadir o motivar al cliente para que lo adquiera, lo pruebe y lo vuelva a consumir, obteniendo la preferencia y fidelidad del consumidor.

3.2. Logotipo

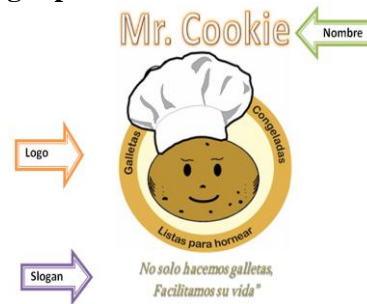


Figura 1. Logo de la empresa

Características del Nombre: **Mr. Cookie**; Fácil de recordar, sencillo, claro, comunicable. Logotipo de Mr. Cookie: Imagen de una cara en una galleta con sombrero de pastelero, con colores marrón, café y blanco. Slogan: Transmite la ventaja competitiva que queremos posicionar. Este slogan es "Sin Marca Incorporada" es decir que va implícito a la marca. "No solo hacemos galletas, facilitamos su vida..."

4. Estudio organizacional.

4.1 Organigrama de la empresa

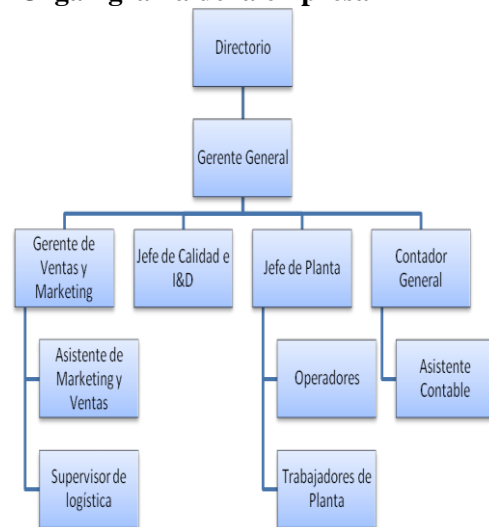


Figura 2. Organigrama de la empresa

4.2 Personal Administrativo

Tabla 2. Balance de personal administrativo.

En cuanto a los sueldos de personal y siguiendo

COSTOS FIJOS: Administrativos				
Sueldos de personal				
PERSONAL	Sueldo	No. de	Gasto	Gasto
	mensual	personas	mensual	anual
	(\$)		(\$)	(\$)
Gerente-General	\$1.000,00	1	\$1.000,00	\$12.000,00
Jefe de planta	\$800,00	1	\$800,00	\$9.600,00
Jefe de investigación y desarrollo	\$600,00	1	\$600,00	\$7.200,00
Contador	\$600,00	1	\$600,00	\$7.200,00
Asistente contable	\$350,00	1	\$350,00	\$4.200,00
Gerente de marketing	\$800,00	1	\$800,00	\$9.600,00
Asistente de compras	\$350,00	1	\$350,00	\$4.200,00
Asistente de marketing y ventas	\$350,00	1	\$350,00	\$4.200,00
Operarios	\$250,00	10	\$2.500,00	\$30.000,00
Total sueldo de personal		18	\$7.350,00	\$88.200,00

con el organigrama de la empresa, se contratarán dos gerentes, dos jefes de departamento, un contador, tres asistentes y diez operarios. Los sueldos de cada persona se muestran en la siguiente tabla:

5. Estudio Financiero

Establecida la inversión inicial en activos fijos (muebles y equipos de oficina, maquinarias y vehículo), así como la reposición de los mismos al concluir su vida útil, se dispone a realizar el estudio financiero del proyecto, con el fin de efectuar la valoración económica para conocer si el mismo es rentable o factible. Para ello se necesita observar el comportamiento de las variables, tales como: costos de producción, gastos de publicidad y marketing y capacidad de venta, con estos datos se descontaran los flujos de caja proyectados en cada periodo a una tasa de descuento (TMAR), para así poder obtener la tasa interna de retorno (TIR), y el valor actual neto (VAN). Con estas herramientas podremos conocer la viabilidad del proyecto.

5.1 Estimación de costos

Nuestro proyecto se basa en la creación de una empresa productora de galletas, por lo tanto, detallaremos en primera instancia los costos de producción, clasificándolos en variables y fijos. En cuanto a los costos variables se debe conocer que dependen del nivel de producción.

Costo variable total de un empaque de 6 unidades de galletas es \$0,39.

Una vez obtenido el costo variable de nuestro producto se procede a proyectarlo mensual y anualmente en un horizonte de 5 años.

Los costos fijos han sido determinados por los sueldos de personal, gastos de servicios básicos, gastos de suministros y gastos de movilización.

Luego de calcular los costos fijos y variables por mes y por año, se procede a proyectar los costos totales de producción.

Tabla 3. Costos totales de producción.

Costos Totales Anuales					
Costos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Variables	\$170.552,72	\$291.360,89	\$358.373,89	\$428.555,45	\$502.022,09
Fijos	\$ 276.000,00	\$276.000,00	\$276.000,00	\$276.000,00	\$276.000,00
Totales	\$446.552,72	\$567.360,89	\$634.373,89	\$704.555,45	\$778.022,09

5.2 Inversión Inicial

La inversión inicial para la elaboración del proyecto, es el gasto destinado a la adquisición de materia prima y bienes indispensables para la producción de las galletas.

La inversión total requerida para producir las galletas congeladas listas para hornear es de \$172.970,00, la cual se detalla a continuación:

Tabla 4. Terreno y Galpón.

Cantidad	Denominacion	Precio por m2	VALOR TOTAL
1000	Terreno	\$20,00	\$20.000,00
600	Galpón	\$200,00	\$120.000,00
TOTAL			\$140.000,00

Tabla 5. Maquinaria y Equipo.

Denominacion	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
4 Computadora con impresora y UPS	\$600,00	\$2.400,00
1 Aire acondicionado (central)	\$1.500,00	\$1.500,00
2 Extractor de aire	\$30,00	\$60,00
1 Mezcladora 3 ciclos	\$2.000,00	\$2.000,00
1 Amasadora 3 brazos	\$2.500,00	\$2.500,00
1 Alimentador automático	\$1.800,00	\$1.800,00
1 Congelador industrial	\$6.000,00	\$6.000,00
15 Bandejas 60 x 80 cm	\$7,00	\$105,00
1 Furgón pequeño	\$ 12.000,00	\$12.000,00
TOTAL		\$28.365,00

Tabla 6. Otros Equipos y Permisos.

Denominacion	Precio Unitario	DOLARES
4 Escritorios	\$50,00	\$200,00
10 Extintores	\$25,00	\$250,00
4 Sillas de escritorio	\$20,00	\$80,00
1 Archivadores	\$35,00	\$35,00
1 Central Telefónica	\$150,00	\$150,00
1 Gastos pre - operacionales	\$1.500,00	\$1.500,00
1 Gastos de permisos municipales	\$100,00	\$100,00
1 Constitución de la sociedad	\$260,00	\$260,00
1 Tasa de inscripción	\$73,00	\$73,00
1 Gasto de trámites	\$450,00	\$450,00
1 Registro sanitarios	\$400,00	\$400,00
1 Registro de marca del producto	\$97,00	\$97,00
TOTAL		\$3.595,00

5.3 Ingresos del Proyecto

....Los ingresos esperados son el resultado de la multiplicación de la demanda esperada calculada por el precio que se fijara nuestro producto a la venta de los detallistas, ya que, tomar el precio de venta al público, sería obtener ingresos irreales, puesto que, no estaríamos tomando en cuenta el porcentaje que recibe el detallista de la venta del mismo. Se determino que el crecimiento de las ventas será de 1% mensual.

Tabla 7. Ingresos Totales año 1.

Ingresos Totales por Mes Año 1			
Mes	Valor	Demanda Esperada	Ingresos
Enero	0,85	8746	\$7434,35
Febrero	0,85	17493	\$14868,70
Marzo	0,85	21866	\$18585,87
Abril	0,85	21866	\$18585,87
Mayo	0,85	43731	\$37171,75
Junio	0,85	43731	\$37171,75
Julio	0,85	43731	\$37171,75
Agosto	0,85	43731	\$37171,75
Septiembre	0,85	48105	\$40888,92
Octubre	0,85	48105	\$40888,92
Noviembre	0,85	48105	\$40888,92
Diciembre	0,85	48105	\$40888,92
TOTAL		437315	\$371717

5.4 Tasa de Descuento

La tasa de descuento es la rentabilidad minima que nuestro negocio debe conseguir para ser factible, así mismo, sirve para descontar los flujos de efectivo que genere el producto al tiempo presente.

Para poder estimar la tasa mínima de retorno (TMAR) exigida por los inversionistas, se utilizara el método de CAPM.

El cual se calcula con la siguiente fórmula:

$$R_i = r_f + b (r_m - r_f)$$

$$R_i = 2.34\% + 0.57(30.6\% - 2.34\%)$$

$$R_i = 18.45\%$$

Figura 3. Calculo TMAR.

5.5 Flujo de Caja

El flujo de efectivo proyectado generado por el proyecto se presenta a continuación:

Tabla 8. Flujo de Caja Proyectado.

FLUJO DE CAJA						
Año	\$0,00	\$1,00	\$2,00	\$3,00	\$4,00	\$5,00
Ingreso de Ventas		\$371.717,46	\$635.017,32	\$781.071,30	\$934.031,10	\$1.094.150,72
Costo de Variables		\$170.552,72	\$291.360,89	\$358.373,89	\$428.555,45	\$502.022,09
Gastos de administr.		\$88.200,00	\$88.200,00	\$88.200,00	\$88.200,00	\$88.200,00
Electricidad		\$30.000,00	\$30.000,00	\$30.000,00	\$30.000,00	\$30.000,00
Teléfono		\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00
Agua		\$18.000,00	\$18.000,00	\$18.000,00	\$18.000,00	\$18.000,00
Internet		\$3.600,00	\$3.600,00	\$3.600,00	\$3.600,00	\$3.600,00
Suministros de oficina		\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00
Suministros de planta		\$8.400,00	\$8.400,00	\$8.400,00	\$8.400,00	\$8.400,00
Gastos de Movilización		\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00
Gastos de marketing		\$120.000,00	\$120.000,00	\$120.000,00	\$120.000,00	\$120.000,00
Costos Totales		\$446.552,72	\$567.360,89	\$634.373,89	\$704.555,45	\$778.022,09
Intereses		\$11.610,50	\$8.707,87	\$5.805,25	\$2.902,62	
Depreciación		\$10.800,00	\$10.800,00	\$10.800,00	\$10.800,00	\$10.800,00
Utilidad antes impuestos		\$97.245,76	\$48.148,56	\$130.092,16	\$215.773,03	\$305.328,62
Impuestos (25%)		\$24.311,44	\$12.037,14	\$32.523,04	\$53.943,26	\$76.332,16
Utilidad Neta		\$72.934,32	\$36.111,42	\$97.569,12	\$161.829,77	\$228.996,47
Depreciación(+)		\$10.800,00	\$10.800,00	\$10.800,00	\$10.800,00	\$10.800,00
Amortización(-)		\$12.578,04	\$15.480,66	\$18.383,29	\$21.285,91	\$0,00
Inversion Inicial		\$172.960,00				
Capital de Trabajo		\$20.548,29				\$0,00
Prestamo		\$96.754,14				
Valor de desecho(+)						\$119.000,00
FLUJO DE CAJA		\$96.754,14	\$74.712,36	\$31.430,76	\$89.985,84	\$151.343,86
VAN (\$)		\$147.496,28				\$0,18
TIR (%)						41,22%

5.6 Métodos de Evaluación

Con la finalidad de evaluar de viabilidad de la ejecución del proyecto, se utilizaron los métodos VAN, TIR y PAYBACK. A continuación se presentan los resultados.

Tabla 9. TMAR, VAN Y TIR del proyecto.

TMAR	18%
TIR	41,22%
VAN	\$147,496.28

Tabla 10. PAYBACK del proyecto.

Año	0	1	2	3	4	5
Flujo de caja	\$96.754,14	\$74.712,36	\$31.430,76	\$89.985,84	\$151.343,86	\$358.796,47
Flujo de caja descontado	\$96.754,14	\$63.075,97	\$22.402,57	\$54.148,79	\$76.886,65	\$153.888,38
TOTAL	\$96.754,14	\$96.754,14	\$74.351,57	\$20.202,78	\$	\$

Se recuperaría la inversión en 3 años, 3 meses y 1 día.

6. Conclusiones

Se puede concluir que el proyecto presentado es viable, debido a los resultados positivos obtenidos después de analizar la rentabilidad usando diferentes métodos.

Además por medio del análisis de sensibilidad que se efectuó a diferentes variables de interés del proyecto, se pudo determinar que tan sensible podrá ser alguna de estas y cuanto afectaría a la factibilidad del proyecto la variación de alguna de ellas.

.....Obteniendo así que el precio y los costos variables, son muy importantes los cuales se tendría que observar determinadamente, para poder asegurar la viabilidad del proyecto, ya que, al modificar estas variables de un 2,50%, se obtuvo una variación del Van de 26,40%, para el precio y del 13,11% para los costos variables, siendo estos equivalente, con respecto al precio, que la variación en \$0,02 afectaría al Van en \$39.151,80 mientras que en el caso de los costos variables, la variación de \$0,01 en estos afectaría al Van en \$19.449,17.

Finalmente la aceptación del producto que se ofrece, es muy alta por parte de los potenciales consumidores, puesto que, el mercado objetivo es muy atractivo y tiene mucho potencial para desarrollarse.

.....Esta afirmación se respalda en los resultados obtenidos en el análisis de mercado, los cuales determinan la demanda posible de nuestro producto, el precio de preferencia por los consumidores, las características que mas valorarían nuestros futuros consumidores, entre muchas que nos permiten afirmar, después del análisis pertinente, que el proyecto expuesto podría tener gran potencial si se llegara a poner en marcha. También se debe tomar en cuenta que el gran atractivo que representa este mercado, lo que va impulsar a que, a mediano y largo plazo, el número de competidores existentes en el mismo crezca en gran medida.

7. Recomendaciones

Al ser una marca nueva la misma no es reconocida por los consumidores por lo cual se recomienda una fuerte inversión en publicidad para poder estar presente en la mente de los mismos.

Ofrecer al consumidor promociones en el producto, como por ejemplo dar mayor cantidad de galletas por empaque por tiempo limitado, hasta conseguir estar presente en el mercado de congelados.

8. Agradecimiento

Al Economista Leonardo Estrada por su valiosa colaboración como coordinador en la elaboración de este proyecto de tesis.

9. Referencias

- [1]YAHOO FINANCE. www.yahoo.com
- [2]SAPAG CHAIN, Nassir y SAPAG CHAIN, Reinaldo. Preparación y Evaluación de Proyectos. Cuarta Edición. Mc Graw Hill Interamericana, Chile, 2000.
- [3]BACA URBINA, Gabriel. *Evaluación de Proyectos*. Cuarta Edición. Mc Graw Hill, México 2001.
- [4]GLENN A. WELSCH, RONALD W. HILTON, PAUL N. GORDON, CARLOS RIVERA NOVEROLA. *Presupuesto: Planificación y Control*. Person Educación. México – 2005.
- [5]ROSS, WESTERFIELD, JAFFE, Finanzas Corporativas. Séptima Edición 2005, Mc Graw Hill.
- [6]Kotler, Philip y ARMSTRONG, Gary. Fundamentos de Mercadotecnia. Cuarta Edición. Prentice Hall, México, 1988.
- [7]ROBBINS Stephen P, COULTER Mary, Administración. Edición 2005, Pearson Prentices Hall.