



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



**Proyecto de Graduación Previa la obtención del  
Título de:**

**Ingeniero Comercial con mención en Gestión  
Empresarial, Especialización Comercio Exterior**

**TÍTULO DEL PROYECTO**

**VALORACIÓN DE MARCAS BAJO EL ENFOQUE DE INGRESOS BENEFICIOS  
UTILIZANDO EL MÉTODO DE FLUJO DESCONTADO CASO CONFITES ARCOR  
PRODUCTO ROCKLETS.**

**Presentado por:**

*Félix Carrera Buri  
Gabriela Gálvez Shunta  
Tanía Suárez Lozano*

# Introducción

La creación de marcas fuertes y la mejora de su valor constituyen, hoy en día, una línea de actuación prioritaria para las empresas.

Las marcas han creado una guerra de dominios.

Los consumidores se manejan por marcas.

Las marcas son generadoras de confianza.

Las marcas son representativas para los consumidores.



## CAPÍTULO I - GENERALIDADES DEL PROYECTO.

# RESEÑA HISTÓRICA

Arcor fue fundada con el objetivo de elaborar alimentos de calidad a un precio justo para consumidores de todo el mundo.

La temprana vocación internacional del Grupo Arcor lo llevó a convertirse en el primer productor mundial de caramelos y el principal exportador de golosinas de Argentina, Brasil, Chile y Perú.

La experiencia de la primera exportación de golosinas del Grupo se convirtió en una anécdota que refleja las dificultades que fue superando la empresa mientras se expandía hacia nuevos mercados.



# Problemas y oportunidades.



## Problemas

- En el momento que reconocemos que la marca es un activo.
- ¿Agrega o crea valor a nuestro negocio?.
- ¿Cuál es la forma de determinar un valor adecuado?.
- ¿Existe alguna metodología que ayude a calcularlo?.



## Oportunidades

- Exclusividad ante el mercado.
- Identificación.
- Crea asociaciones dependiendo de que tan significativa sea la marca.
- Si la marca es significativa, esta tendrá un alto valor adquisitivo.

# Justificación del proyecto.



- En Ecuador es urgente ya que no se conoce la necesidad.
- Se necesitan organismos independientes que analicen, evalúen y certifiquen este tipo de activo intangible.

# Características del producto.

Los **Rocklets** son pequeños pedacitos de chocolates confitados con leche revestidos de azúcar, producidos por Arcor de Argentina. Populares en muchos países de Sudamérica. Los caramelos son hechos cinco colores: rojo, anaranjado, amarillo, verde y azul.





# Metodología.

## Asignación de ganancias

Se basa en análisis de direccionadores de demanda proveniente de investigaciones de mercado.

## Ahorro de royalties (royalty relief)

Imaginamos que el negocio no posee la marca, sino que la licencia de otro negocio a una tasa de mercado. La tasa de royalty se expresa en general como un porcentaje de ventas.

## Análisis de riesgo de marca

Se compara el desempeño de marca en función de diferentes criterios relevantes o factores clave de éxito en la industria, vs. el desempeño de marcas competidoras.





# Metodología.

Proceso de 5 etapas




Análisis por  
segmentos

Análisis de  
Demanda

Análisis  
financiero

Tasa de  
descuento

Cálculo del  
valor  
económico  
de la marca



# Metodología

## Método directo



# Objetivos



Determinar la participación de ARCOR en el mercado ecuatoriano.

Identificar el FODA de la marca y como esta influye en la compañía

Medir el nivel de aceptación de la marca Rocklets

Determinar el valor de la marca como un activo intangible

Establecer el valor de la marca Rocklets de la empresa Arcor, a través de la proyección de estados financieros en base al flujo de caja descontado.



# Resultados esperados

Tener un material científico-técnico de análisis del valor de la marca Rocklets.

Obtener un estudio sobre la generación financiera y de rentabilidad de la marca.

Lograr establecer una serie de recomendaciones.





## CAPITULO II - DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

# Síntesis de la empresa.



## MISIÓN

Dar a las personas de todo el mundo la oportunidad de gratificarse con productos de calidad a un precio justo creando valor para nuestros accionistas, colaboradores, clientes, comunidad, proveedores y medio ambiente a través de una gestión basada en procesos sostenibles.



## VISIÓN

Ser la empresa N° 1 de golosinas y galletas de Latinoamérica y consolidar nuestra participación en el mercado internacional.



## DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

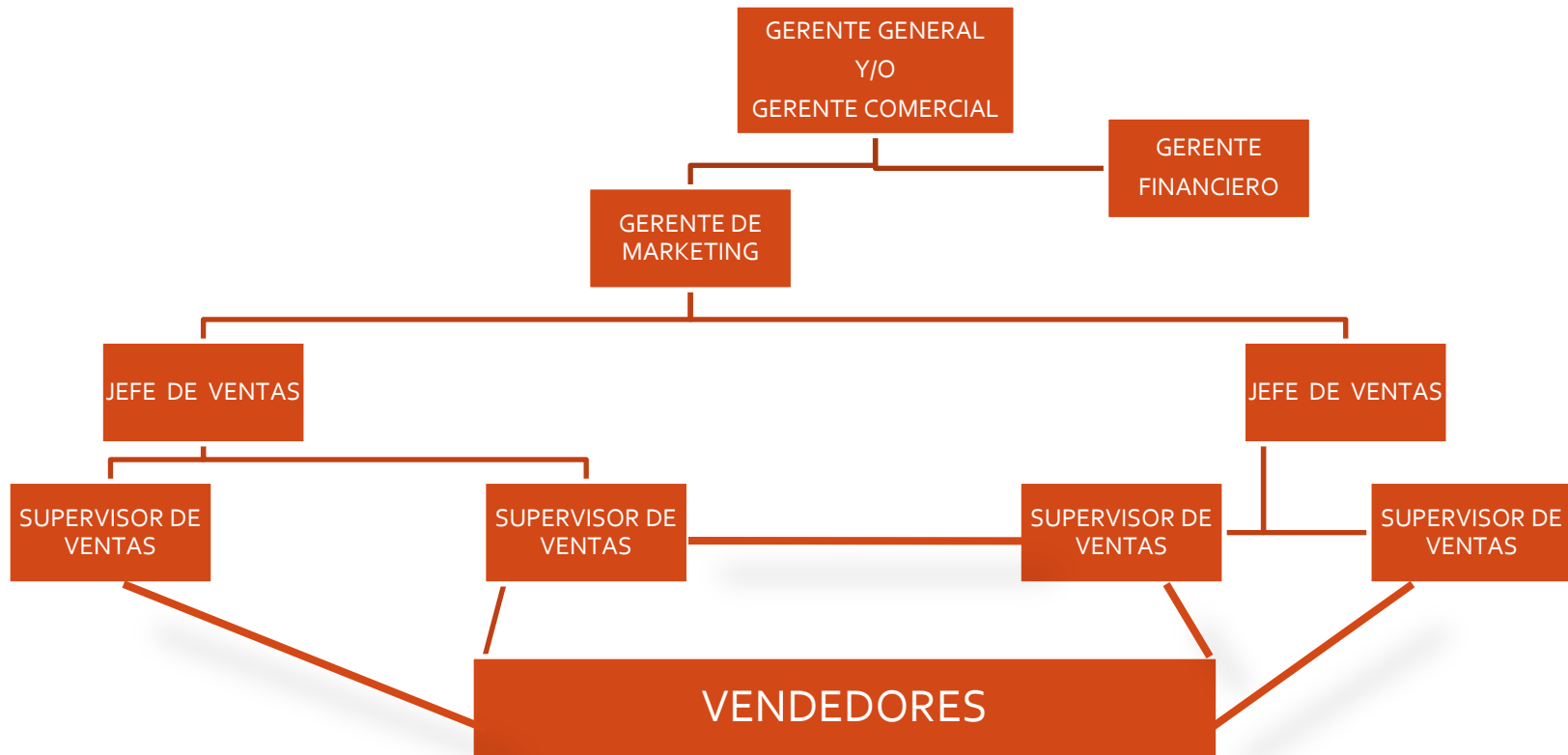
**Nombre de la empresa:** UNIDAL S.A.

**Tipo de empresa:** Comercializadora de confites

**Número de empleados:** 60 empleados

**Ramo a que pertenece:** Golosinas

# Estructura Organizacional.



Referencia: Julio Guerrero- Gerente de Marketing de Arcor.



# ANALISIS FODA



# Investigación de mercados.



## ANEXO 2

### ENCUESTA PARA VALORACIÓN DE LA MARCA ROCKLETS DE ARCOR

Favor conteste las siguientes preguntas para determinar la valoración de la marca Rocklets. Estas serán tratadas con absoluta reserva y serán solo para fines de investigación, no se entregará esta información a terceras personas.

1. Género:  Masculino  Femenino
2. ¿Sector dónde vive?  Norte  Centro  Sur
3. ¿Cuál es su nivel de ingreso?  
 Menos de \$50  De \$50 a \$100  De \$100 a \$150  
 De \$150 a \$200  De \$250 a \$300  Más de \$300
4. ¿Conoce de la marca Rocklets?  
 Sí  No  
Si contestó Sí, puede seguir con el cuestionario
5. ¿Con qué frecuencia consume usted Rocklets?  
 A diario  Semanal  Quincenal  Mensual  
 Otros \_\_\_\_\_
6. ¿Cuándo consume Rocklets, cuánto consume?  
 Una unidad  Dos unidades  Tres unidades  Cuatro unidades  
 Otros \_\_\_\_\_
7. ¿Conoce un producto con similar marca?  
 Sí  No  
Si contestó Sí, mencione algunos: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
8. Cuáles considera usted los motivos por lo que consume Rocklets, ordene de 1 a 5, 1 la más importante, 5 la menos importante  
 Marca  Presentación  Sabor  Precio  Referencia

# Análisis y conclusión de las variables investigadas.

Entre la información más importante nos pudimos dar cuenta la marca más vendida es la ROCKLTES mercado del 53% lo cual nos indica que tiene una gran aceptación por parte de los consumidores.

## El nivel de ingresos de los consumidores.

- 20% tienen ingresos menores a los \$50
- 20% tienen ingresos de entre \$150-\$200
- 18% tienen ingresos de entre \$100-\$150
- 15% tienen ingresos de entre \$50 y \$100
- 13% tienen ingresos de entre \$200-\$250
- 10% tienen ingresos de más de \$300
- 4% tienen ingresos de entre \$250-\$300

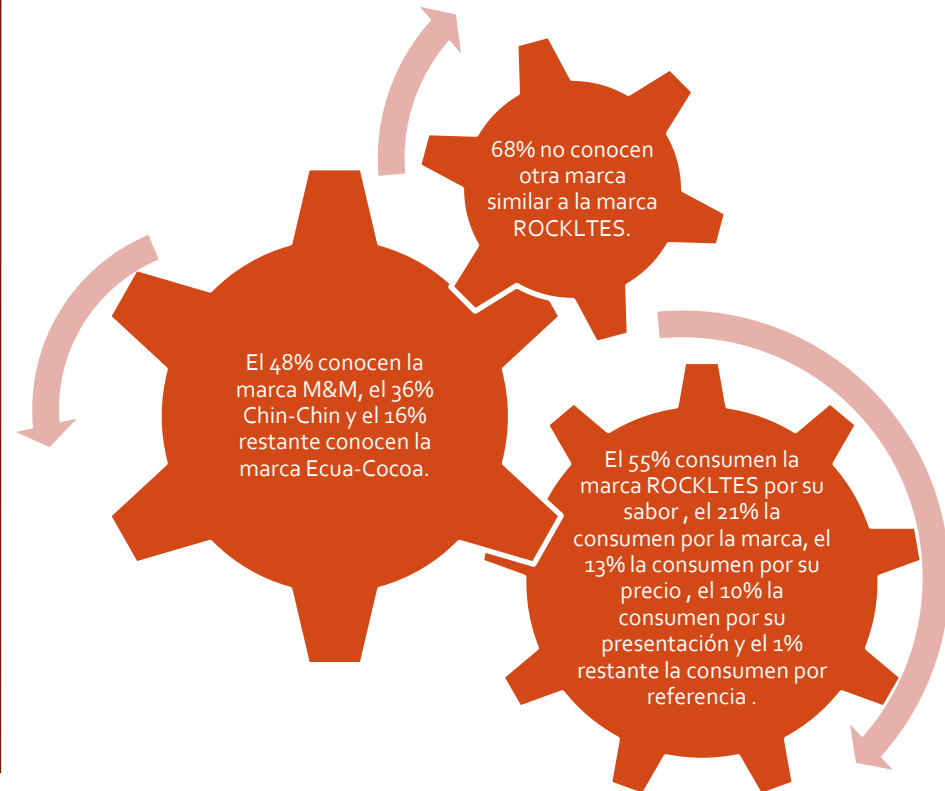
## Motivos que incitan al consumo de ROCKLETS.

- 55% consumen por su sabor
- 21% la consumen por la marca
- 13% la consumen por su precio
- 10% la consumen por su presentación
- 1% restante la consumen por referencia

•De la investigación pudimos obtener que del total de personas encuestadas el 53% conocen la marca ROCKLETS y el 47% no la conocen.

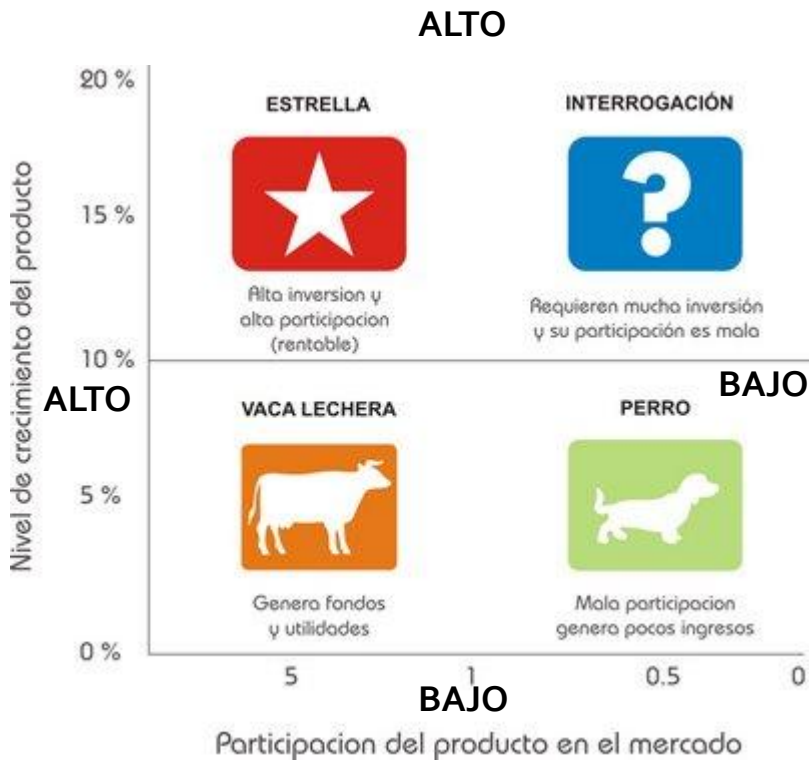
•Así mismo la investigación nos muestra que el 27% del total de personas encuestadas consumen la marca ROCKLTES con una frecuencia mensual y el 24% la consumen con una frecuencia semanal.

•Del total de personas encuestadas el 48% consumen una unidad del producto, el 16% consumen dos unidades del producto y el 9% consumen tres unidades del producto.



# Matrices.

## MATRIZ BCG



## MATRIZ DE IMPLICACIÓN

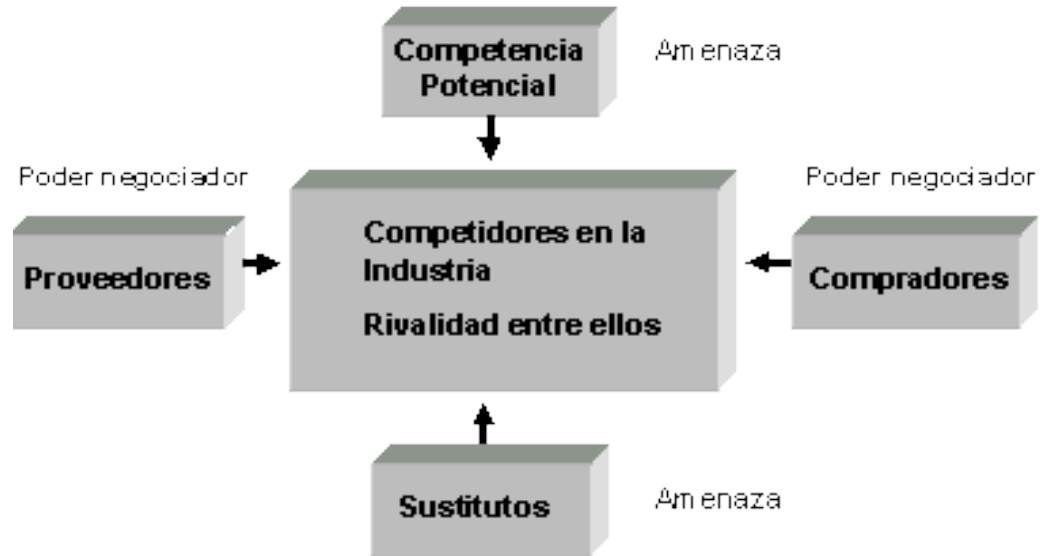


# Análisis de fuerzas de Porter.



## Las Cinco Fuerzas que guían la Competencia Industrial

Porter 1980



# Marketing mix.

Dado el constante y creciente reconocimiento de la marca ARCOR de Argentina, esta notó la posibilidad de crecer más aún, fuera de las fronteras y es así que se motiva a incursionar en el mercado ecuatoriano.

Y es a partir que se plantea la logística de exportación apropiada al país para la empresa UNIDAL S.A. considerando el volumen a importar y el posicionamiento deseado.







## CAPITULO III - CÁLCULO DE LA PROYECCIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS Y VALORACIÓN DE LA MARCA.

# Análisis de los estados financieros.

## ESTADOS FINANCIEROS HISTÓRICOS



ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS			
ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS	2006	2007	2008
<b>Ingreso</b>			
Ingresos por productos	1205538,29	1687704,83	2169871,37
<b>Total Ingresos</b>	<b>1205538,29</b>	<b>1687704,83</b>	<b>2169871,37</b>
<b>Costo de Venta</b>	665167,81	931208,02	1197248,23
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>540370,4817</b>	<b>756496,8129</b>	<b>972623,1442</b>
<b>Gastos operativos:</b>			
Gastos fijos	40999,30	46870,93	52742,56
Sueldos y salarios	36472,60	41695,94	46919,29
Seguridad Social	4066,69	4649,10	5231,50
Comisiones	95237,52	133328,68	171419,84
Gastos de Promoción y Publicidad	9084,91	31674,69	54264,48
Otros Gastos	28560,00	24000,00	19440,00
<b>Total gastos operativos</b>	<b>214421,0218</b>	<b>282219,3445</b>	<b>350017,6672</b>
<b>Ebitda</b>	<b>325949,4599</b>	<b>474277,4684</b>	<b>622605,477</b>
Depreciación y Amortización			
<b>Utilidad (perdida) de Operación</b>	<b>325949,4599</b>	<b>474277,4684</b>	<b>622605,477</b>
Gastos financieros corto plazo	0,00	0,00	0,00
Gastos financieros largo plazo	0,00	0,00	0,00
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>325.949</b>	<b>474.277</b>	<b>622.605</b>
ISR (25%)	81487,36497	118569,3671	155651,3692
PTU (15%)	48892,41898	71141,62026	93390,82155
<b>Utilidad (pérdida neta)</b>	<b>195.570</b>	<b>284.566</b>	<b>373.563</b>

# Análisis de los estados financieros.

## PROYECCIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

Costo  
consumidor  
final.

Productos	Precio Ciudad	Precio en Provincia
ROCKLETS	\$0.25	\$0.25

Inflación esperada mensual. = 0.7%

Inflación acumulada anual. = 8.73%

Proyección de  
las ventas  
para este 2010

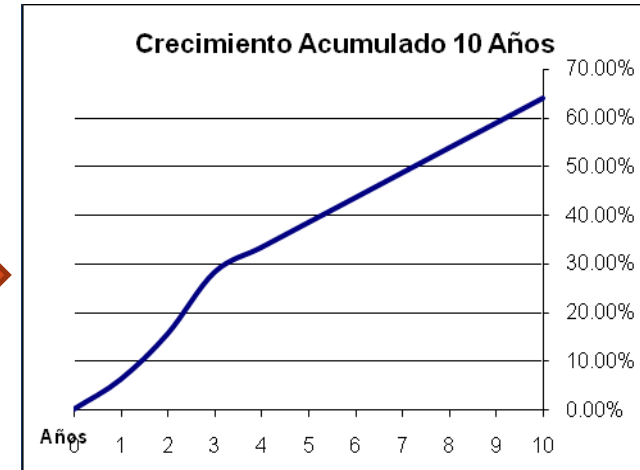
Productos	Ventas Ciudad	Ventas en Provincia
ROCKLETS	198789	621367



# Análisis de los estados financieros.

Crecimiento de las ventas

Crecimiento Ventas Nacionales:		
		Aualizado:
Año 1	Trimestre 1	6.15%
	Trimestre 2	
	Trimestre 3	
	Trimestre 4	
Año 2	Trimestre 1	9.37%
	Trimestre 2	
	Trimestre 3	
	Trimestre 4	
Año 3	Trimestre 1	12.68%
	Trimestre 2	
	Trimestre 3	
	Trimestre 4	



Asignación de presupuestos.

<b>Total Nómina Annual Base</b>	<b>525720</b>	<b>Total Nómina Annual asignada</b>	<b>52572</b>	<b>Total Comisión Mensual:</b>	<b>16198.08</b>
<b>Total Nómina Mensual Base</b>			<b>4381</b>		

# Análisis de los estados financieros.

Presupuestos

PRESUPUESTO MERCADEO MENSUAL				
Rubro	CANT/MES	COSTO UNI	TOTAL MES	TOTAL ANUAL
PAGINA WEB	1	180.00	180.00	2.160
AFICHES	2.500	0.50	1250.00	15.000
BANNERS	20	25.00	500.00	6.000
EXHIBIDORES	50	15.00	750.00	9.000
EVENTOS Y EXPOSICIONES	1	180.00	180.00	2.160
RADIO	5	500.00	2500.00	30.000
OTROS	1	1500.00	1500.00	18.000
<b>TOTAL MENSUAL DE PUBLICIDAD Y PROMOCION</b>			<b>6860.00</b>	<b>82.320</b>

PRESUPUESTO MERCADEO ANUAL					
Rubro	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PAGINA WEB	2160.00	2544.52	3056.14	3707.34	4542.27
AFICHES	15000.00	17670.30	21223.22	25745.42	31543.51
BANNERS	6000.00	7068.12	8489.29	10298.17	12617.41
EXHIBIDORES	9000.00	10602.18	12733.93	15447.25	18926.11
EVENTOS Y EXPOSICIONES	2160.00	2544.52	3056.14	3707.34	4542.27
RADIO	30000.00	35340.59	42446.43	51490.84	63087.03
OTROS	18000.00	21204.35	25467.86	30894.50	37852.22
<b>TOTAL PUBLICIDAD ANUAL</b>	<b>82,320.00</b>	<b>96,974.58</b>	<b>116,473.01</b>	<b>141,290.85</b>	<b>173,110.81</b>

# Análisis de los estados financieros.

Gastos

		<b>Total Mensual Gastos fijos</b>
<b>Gastos fijos mensuales oficina corporativa Rocklets</b>		10% de gastos totales
	Renta (m <sup>2</sup> )	712.00
	Luz	675.00
	Agua	859.00
	Servicios administrativos	455.00
	Telecomunicaciones	657.00
	Internet	115.00
	Papelería y gastos de oficina	278.00
	Otros	987.00
	<b>SubTotal gastos fijos</b>	<b>4738.00</b>

<b>Gastos variables de producción para el primer mes:</b>		
		<b>Costos Unitarios</b>
	<b>ROCKLETS</b>	0.1254
	Inventario requerido para el segundo mes, % de ventas estimadas	10%
	<b>Total Gastos Variables</b>	<b>113132.32</b>

# Análisis de los estados financieros.

	2010	2011	2012	2013	2014
<b>ROCKLETS</b>					
<b>Estado de Resultados:</b>					
<b>Ingresos:</b>					
<b>Nacional:</b>					
Ingresos por productos	2604176.09	3067770.68	3750055.70	4221916.79	4437935.75
<b>Total Ingresos</b>	<b>2604176.09</b>	<b>3067770.68</b>	<b>3750055.70</b>	<b>4221916.79</b>	<b>4437935.75</b>
<b>Costo de Venta</b>	1436880.20	1692673.15	2069130.73	2329484.81	2448675.43
<b>Utilidad Bruta</b>	1167295.89	1375097.53	1680924.97	1892431.98	1989260.32
<b>Gastos operativos:</b>					
Gastos fijos	59096.85	64256.63	69866.92	75967.05	82599.78
Sueldos y salarios	52572.00	57162.10	62152.96	67579.57	73479.99
Seguridad Social	5861.78	6373.57	6930.05	7535.12	8193.02
Comisiones	205729.91	242353.88	296254.40	333531.43	350596.92
Gastos de Promoción y Publicidad	82320.00	96974.58	116473.01	141290.85	173110.81
Otros Gastos	24000.00	1200.00	1200.00	1200.00	1200.00
<b>Total gastos operativos</b>	<b>429580.53</b>	<b>468320.76</b>	<b>552877.34</b>	<b>627104.02</b>	<b>689180.52</b>
<b>Ebitda</b>	<b>737715.36</b>	<b>906776.77</b>	<b>1128047.63</b>	<b>1265327.96</b>	<b>1300079.80</b>
Depreciación y Amortización	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Utilidad (perdida) de Operación</b>	<b>737715.36</b>	<b>906776.77</b>	<b>1128047.63</b>	<b>1265327.96</b>	<b>1300079.80</b>
Gastos financieros corto plazo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos financieros largo plazo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>737715.36</b>	<b>906776.77</b>	<b>1128047.63</b>	<b>1265327.96</b>	<b>1300079.80</b>
ISR	184428.84	226694.19	282011.91	316331.99	325019.95
PTU	110657.30	136016.52	169207.14	189799.19	195011.97
<b>Utilidad (pérdida neta)</b>	<b>442629.21</b>	<b>544066.06</b>	<b>676828.58</b>	<b>759196.78</b>	<b>780047.88</b>
<b>Margen de utilidades netas:</b>	<b>0.17</b>	<b>0.18</b>	<b>0.18</b>	<b>0.18</b>	<b>0.18</b>



# Cálculo de la TMAR.

$$K_e = RF + B (RM - rf) + RP$$



CALCULO DE LA TMAR	
PARAMETROS	VALOR
BETA	0.65
RIESGO PAIS	7.28%
RM PROMEDIO / S&P 500	7.08%
RF	3.04%
RF PROMEDIO	4.52%
KE	11.98%

- RF**
  - Es la tasa de rentabilidad libre de riesgo o de más mínimo riesgo.
- B**
  - Es el parámetro de elasticidad de con respecto a variaciones de mercado.
- RM**
  - Rendimiento promedio del mercado el cual es de 7.08% ( fuente NYSE).
- rf**
  - La tasa promedio de libre de riesgo durante el mismo período de cálculo de la RM, la cual es de 4.52% ( fuente NYSE).
- RP**
  - Riesgo país del país de análisis (Ecuador).
- Ke**
  - Riesgo por calcular = TMAR

$$K_e = 3.04\% + 0.65*(7.08\% - 4.52\%) + 7.28 = 11.98\%$$

# Flujo de caja

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PERPETUIDAD
<b>ROCKLETS</b>						
<b>Flujo de Caja:</b>						
<b>Ingreso</b>						
Ingresos por productos	2604176.09	3067770.68	3750055.70	4221916.79	4437935.75	38883782.83
<b>Total Ingresos</b>	2604176.09	3067770.68	3750055.70	4221916.79	4437935.75	38883782.83
<b>Costo de Venta</b>	1436880.20	1692673.15	2069130.73	2329484.81	2448675.43	21454516.02
<b>Utilidad Bruta</b>	1167295.89	1375097.53	1680924.97	1892431.98	1989260.32	17429266.82
<b>Gastos operativos:</b>						
Gastos fijos	59096.85	64256.63	69866.92	75967.05	82599.78	758175.54
Sueldos y salarios	52572.00	57162.10	62152.96	67579.57	73479.99	674465.86
Seguridad Social	5861.78	6373.57	6930.05	7535.12	8193.02	75202.94
Comisiones	205729.91	242353.88	296254.40	333531.43	350596.92	3071818.84
Gastos de Promocion y Publicidad	82320.00	96974.58	116473.01	141290.85	173110.81	1516741.89
Otros Gastos	24000.00	1200.00	1200.00	1200.00	1200.00	11014.69
<b>Total gastos operativos</b>	429580.53	468320.76	552877.34	627104.02	689180.52	723639.54
<b>Ebitda</b>	737715.36	906776.77	1128047.63	1265327.96	1300079.80	16705627.27
Depreciación y Amortización	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Utilidad (perdida) de Operación</b>	737715.36	906776.77	1128047.63	1265327.96	1300079.80	16705627.27
Gastos financieros corto plazo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos financieros largo plazo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	737715.36	906776.77	1128047.63	1265327.96	1300079.80	16705627.27
ISR (25%)	184428.84	226694.19	282011.91	316331.99	325019.95	4176406.82
PTU (15%)	110657.30	136016.52	169207.14	189799.19	195011.97	2505844.09
<b>Utilidad (pérdida neta)</b>	442629.21	544066.06	676828.58	759196.78	780047.88	10023376.36
<b>Ajustes</b>						
Depreciación y Amortización	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Financiamiento a cuentas por cobrar	-50919.13	-9632.66	-13636.80	-3795.94	-3990.16	-32273.45
Financiamiento a inventarios	-23665.65	-4758.39	-5959.53	-1759.27	36142.84	196638.94
Financiamiento Proveedores	7099.69	1427.52	1787.86	527.78	-10842.85	73173.48
Amortización de Deuda	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Total de Ajustes</b>	-67485.08	-12963.53	-17808.48	-5027.43	21309.83	237538.97
<b>INVERSION</b>	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>PASIVOS</b>	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>RECUPERACION DE CAPITAL</b>	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>VALOR DE DESECHO</b>	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>FLUJO NETO</b>	375144.13	531102.53	659020.10	754169.35	801357.71	10260915.33

# Valor de la marca

- \* El valor presente del flujo de caja de los años 1 – 5
- \* El valor presente de la perpetuidad

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

$V_t$

- Representa los flujos de caja en cada periodo t.

$I_0$

- Es el valor del desembolso inicial de la inversión.

$n$

- es el número de períodos considerado.

$K$

- La tasa de interés TMAR.

$A$

- Valor del actual.

$i$

- Tasa de interés TMAR.

$$PV(P) = \frac{A}{i}$$

<b>TMAR</b>	11.98%
<b>VALORACION DE LA MARCA</b>	7'365,345.40

# Conclusiones

- ROCKLETS en el Ecuador con una valoración de \$7'365,345.40.
- ROCKLETS es una de las marcas con mayor representación en el mercado nacional.
- La marca ROCKLETS es una marca relativamente joven en el mercado ecuatoriano.
- De los encuestados el 55% consumen la marca ROCKLTES por su sabor y el 21% la consumen por la marca.
- Personas que tienen conocimiento de otra marca con producto similar al de ROCKLETS.



# Recomendaciones.



- Mejorar en su gestión organizacional dentro del país.
- La empresa Arcor debe de otorga el nivel de publicidad necesario.
- La empresa deberá de incentivar el aumentar el consumo promedio y la frecuencia.
- La empresa podrá iniciar negociaciones sobre la venta de la marca.

GRACIAS

