ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

ESPOL

ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESPAE

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROMOCIÓN MAE XXI – EMAE IX

PROYECTO DE TESIS

NATURAL PET FOOD S.A.

"ELABORACIÓN DE UNA NUEVA MARCA DE ALIMENTO DE MASCOTA"

TUTOR

ING. XIMENA CARRILLO, MBA

INTEGRANTES

ING. GERARDO EFRÉN TORRES PRIETO

ING. JUAN CARLOS CARREÑO MENDOZA

Guayaquil, Diciembre 2006

1. RESUMEN EJECUTIVO

La funcionalidad de **Natural Pet Food S.A.,** es básicamente la manufactura de un comestible acorde a la naturaleza digestiva de los perros de diferentes edades, cuyo objetivo principal radica en renovar y prolongar la calidad de vida de los canes, cuyo radio de acción se sitúa en el cantón Durán, en la vía a Panorama, su ubicación es estratégica dado que por sus innumerables procesos de calidad y control de desperdicios, no impacta en el medio ambiente, además del aporte que genera en la comunidad con la generación de empleos. El producto terminado está enfocado a la clase media, alta y media-alta.

El producto fabricado está elaborado y asesorado con técnicos que poseen muchas habilidades y destrezas en la rama técnica, que en complemento con los instrumentos de medición y la tecnología de punta, hacen de la administración de operaciones, un centro de control exclusivo, monitoreando el progreso, reduciendo los residuos y constituyéndose en un enlace esencial para la gerencia general, donde se puede planificar los gastos en cantidades económicas de pedidos y un horizonte de inversiones, donde se pueda reducir la incertidumbre.

Un equilibrado balance vitamínico, proteínico, mineralizante y nutricional sustentado con dosis calculadas de humedad, fibra, grasa insaturada, forjan a la conversión de una nueva propuesta alimenticia para la comunidad, porque a parte de ser un producto nacional, coadyuvan en una competencia legal, con reglas de juego claras y un motivo para invertir en investigaciones en esta área.

La ventaja competitiva, se fundamenta en el siguiente parámetro:

La esencia de **Nutrikan** radica en la calidad del proceso de elaboración con los más altos estándares internacionales, teniendo como soporte un riguroso control de calidad por parte de nuestros técnicos en el laboratorio, suministrando vitaminas y minerales que son indispensables para un eficiente metabolismo de los alimentos, con un equilibrado 26% de proteínas para adultos y un 28% en los cachorros, que son ineludibles en la regeneración de tejidos y células de los principales órganos, teniendo como resultado una fórmula **que inhibe los malos olores, en lo referente a heces,**

aliento y orina, involucrando de manera directa el aspecto físico y vigoroso del animal. La combinación exacta, lo realiza un ingeniero especialista en nutrición, para lograr una mezcla equilibrada de nutrientes, ingredientes naturales, bacterias permitidas para mantener la mucosa intestinal.

En el análisis de mercado derivamos que el 62% adquiere alimento balanceado de origen nacional, por cuanto el 33% está dispuesto a pagar por un Kg. entre $ 1,50 - $ 2,00; entonces, nuestra estrategia está encaminada de acuerdo a nuestros estudios de mercado de fijar un precio a nuestros canales de venta, donde existe un precio base con su respectivo descuento, obteniendo un precio real que se acopla a sus necesidades financieras; de esta manera se identifica un precio de $ 1,36 para los cachorros en la presentación de 1 kilo (ver fig. 1.1) y de. $ 2,57 para los adultos en la presentación de 2 kilos (ver fig. 1.2).

CAN CAHORRO 1 KG.	PRECIO	DSCTO.	PRECIO REAL
CANAL - AUTOSERVICIOS	1,36	25 %	1,02
CANAL - DISTRIBUIDORES	1,36	30 %	0,95
CANAL – CLINICA VETERINARIA	1,36	20%	1,08

Fig. 1.1 Precio para Cachorros.

CAN ADULTO 2 KG.	PRECIO	DSCTO.	PRECIO REAL
CANAL - AUTOSERVICIOS	2,57	25 %	1,93
CANAL - DISTRIBUIDORES	2,57	30 %	1,80
CANAL – CLINICA VETERINARIA	2,57	20%	2,05

Fig. 1.2 Precio para Adultos

Nuestro segmento de mercado meta es de 98.800 perros, de las clases socioeconómicas del norte de Guayaquil, de modo que se espera ingresos por venta en el 2007 de $ 341.566,73, que se obtienen con la venta anual de 97.608 paquetes de alimento para perros adultos, que hacen un subtotal de $ 270.933,09, y la venta anual de 38.926 fundas de alimento para cachorros, cuyo valor en dólares es $ 70.6337,65.

En el 2007 tenemos un movimiento de caja negativo de $11.189,40; sin embargo, la inversión inicial de efectivo de la empresa prevé dicha salida masiva de efectivo por pagos a terceros y logra cubrirse el déficit teniendo un valor final al balance de $30.810,60. El punto de equilibrio para el año inicial del proyecto se logra con el 73,30% sobre el valor de las ventas, esto es $ 250.371,47. Durante el segundo año y en adelante, la empresa logra mantener sus flujos de efectivo a favor incrementando paulatinamente su liquidez.

Natural Pet Food S.A. está constituida por dos accionistas:

- Ing. Juan Carlos Carreño Mendoza es el Gerente General, cuya función es la Administración General de la Empresa y Coordinación en el Área Financiera – Comercial.

- Ing. Gerardo Efrén Torres Prieto es el Gerente de Producción, y estará a cargo de la Coordinación de los Programas de Producción, Control de Calidad de Materias Primas y Productos Terminados, Asesoramiento en la Administración General.

El proyecto se ha estimado con una inversión inicial de $ 253.750,00 el cual se compondrá de dos fuentes principales: la inversión directa de los socios y la financiación externa.

La primera de ellas, la inversión directa de los socios asciende al 43% del total, esto es $ 110.000,00 en total, $ 55.000,00 por cada socio.

El financiamiento externo será por el 57% restante, esto es $143.750,00; de los cuales a corto plazo son $23.750,00 (a un año plazo) y $ 120.000,00 a largo plazo (5 años plazo) con un interés del 10.5% anual (tasa activa referencial de publicaciones del BCE para el año 2006).

Los recursos antes mencionados se utilizarán en la obtención de activos (76%), materiales directos e indirectos para la elaboración del producto (4%); gastos de constitución, permisos y otros intangibles (4%) y la reserva de un porcentaje para hacer frente a los pagos o cancelaciones de sueldos, servicios y demás obligaciones de la empresa (16%).

Se ha estimado que de esta inversión inicial se considere un 10% de la inversión en activos como valor de salvamento del proyecto, el cual se ve reflejado en el cuadro de depreciaciones de los mismos.