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 Burí
Gabriela Gálvez Shunta
Tania 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.

Tauber, 1988; Blackett, 1989; Lusch y Harvey, 1994

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.

1951	1964	1968	1970
Se funda en ciudad de Arroyito, Córdoba (Argentina).	Realiza sus primeras ventas al exterior (Europa) y empieza a participar en ferias internacionales.	Le vende golosinas a Estados Unidos.	Obtuvo su propio stand en la primera Feria Internacional de la Golosina (ISM), en Colonia (*Köln*), Alemania.

Arcor y su relación con la marca, www.arcor.argentina.com

Problemas y oportunidades.

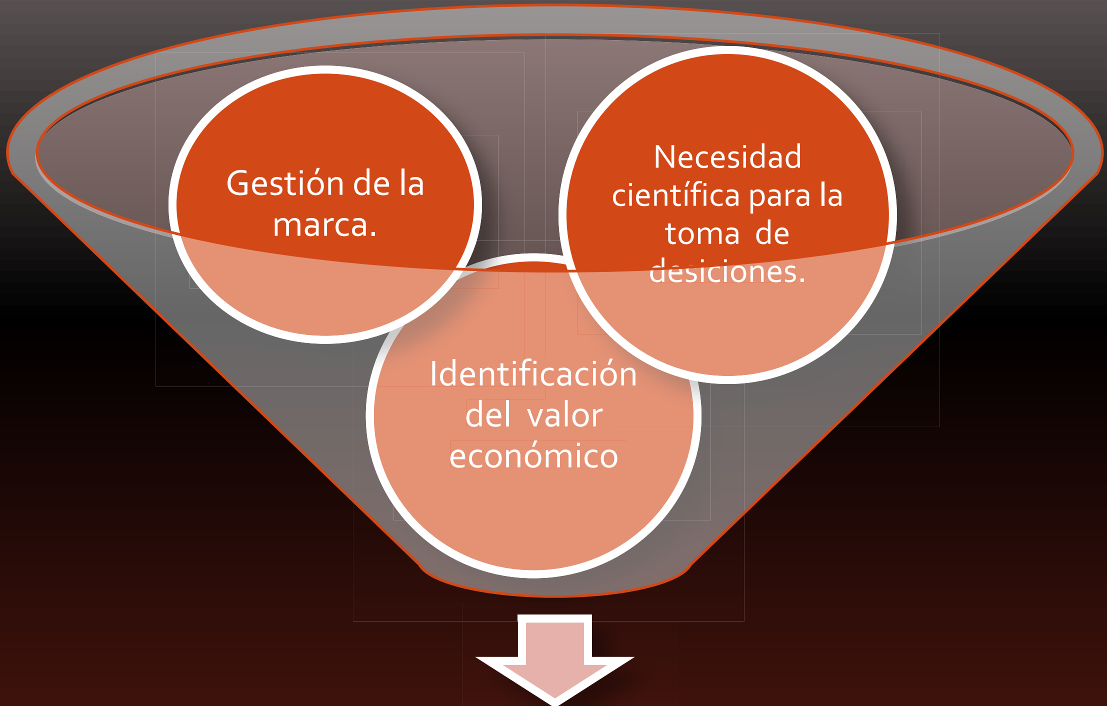
Problemas

- 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.



VALOR EN LIBROS

- 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

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

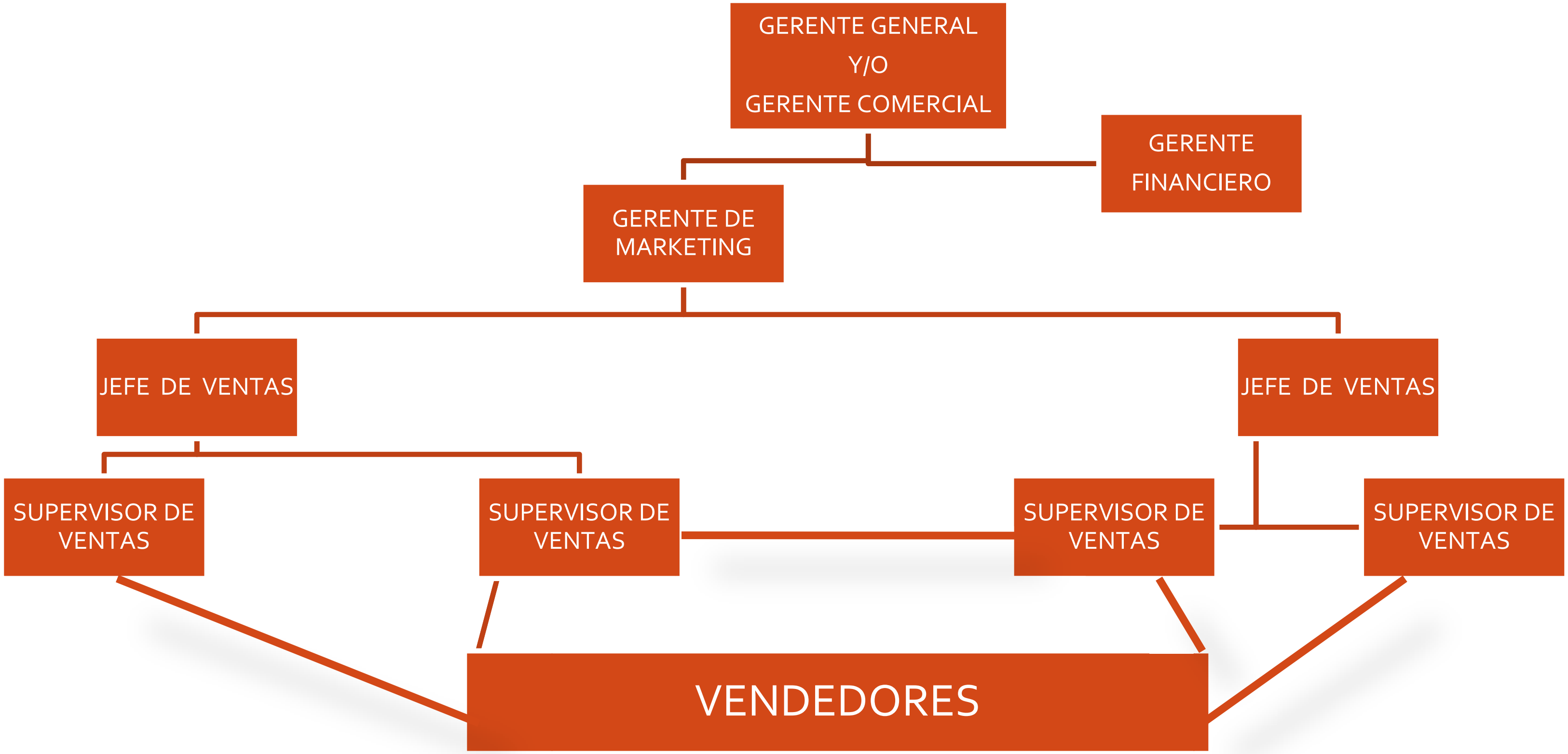
Nombre de la empresa: UNIDAL S.A.

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

FORTALEZAS

La gran aceptación de sus productos.

La calidad de los productos.

Cobertura de distribución a nivel nacional.

OPORTUNIDADES

La competencia no tienen la cadena de distribución como la propia

La competencia existente no comercializa con efectividad productos similares.

FODA

AMENAZAS

Restricciones a arancelarias.

Obtención de permisos sanitarios complicada

DEBILIDADES

No somos fabricantes, el producto no se produce en el país.

Sería muy difícil sustituir la compra del producto a otra empresa.

Investigación de mercados.

OBJETIVOS

- Analizar el valor de la marca Rocklets.
- Recordación de marca.
- Determinar el grado de participación de mercado de la marca.
- Identificar la competencia de esta marca.

METODOLOGÍA

- **Metodología Exploratoria**
- **Metodología Descriptiva**

VARIABLES

- $n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$
- **p =** Factor de ocurrencia es decir las personas consuman el producto.
- **q =** Factor de no ocurrencia es decir las personas que no consumen el producto.
- **Z =** nivel de confianza al 95%.
- **e =** el margen de error igual 5%.

Número mínimo de encuestas

- $n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$
- n = 384 INDIVIDUOS

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 entregara 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?
   ☐ Si ☐ 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 ☐ Cuatros unidades
   ☐ Otros ______________________

7. ¿Conoce un producto con similar marca?
   ☐ Si ☐ 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 importe
   ☐ 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

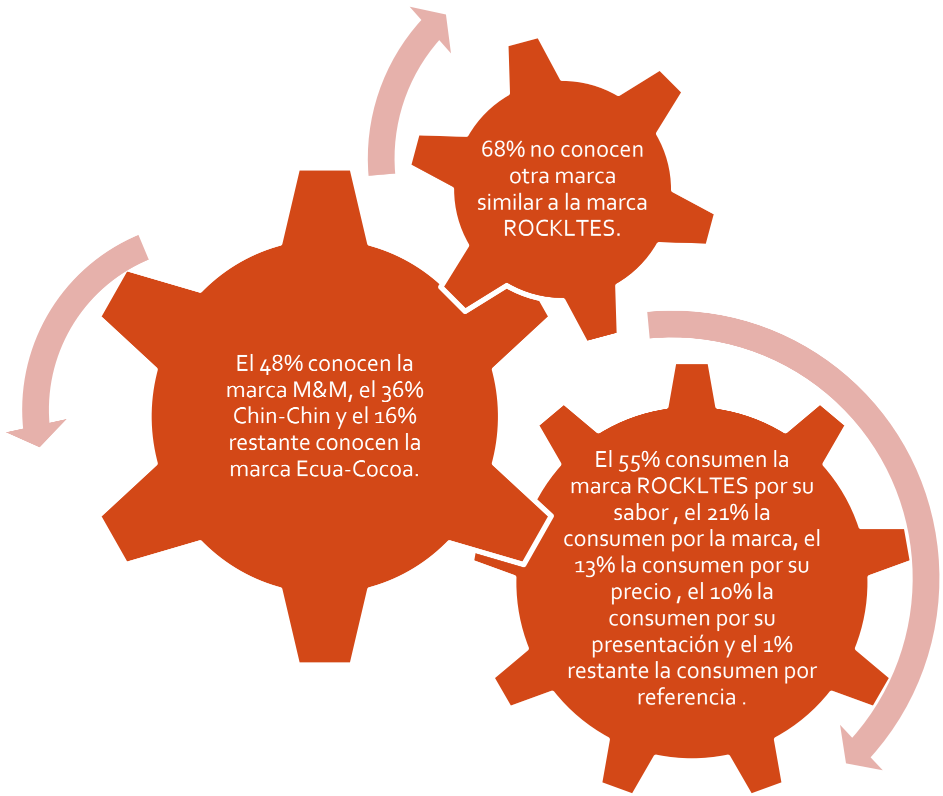
10% la consumen por su presentación

1% restante la consumen por referencia

•De la investigación pudimos obtener que del total de personas encuestadas el 53% conocen la marca ROCKLTES 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

ALTO

ALTO

BAJO

BAJO

MATRIZ DE IMPLICACIÓN

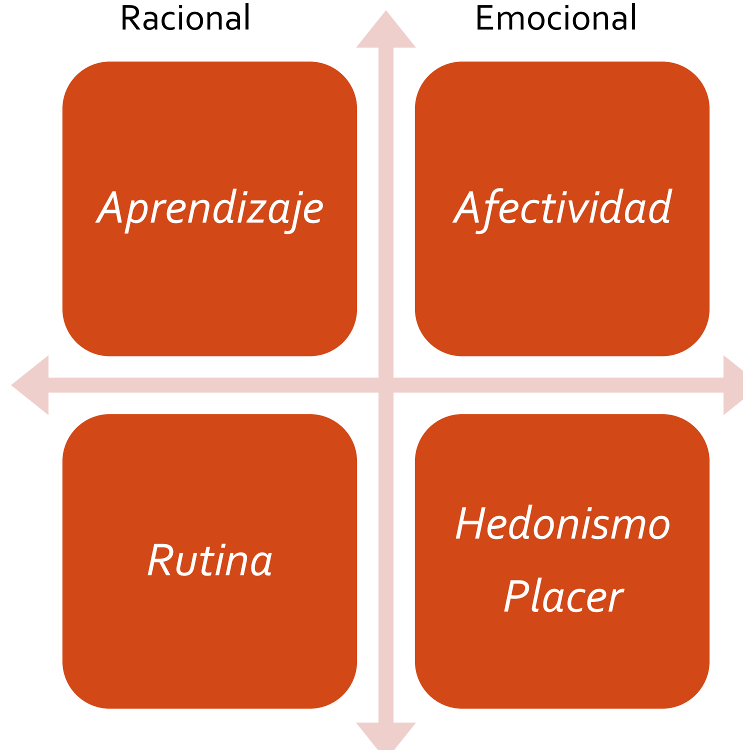
APREHENSIÓN

Racional

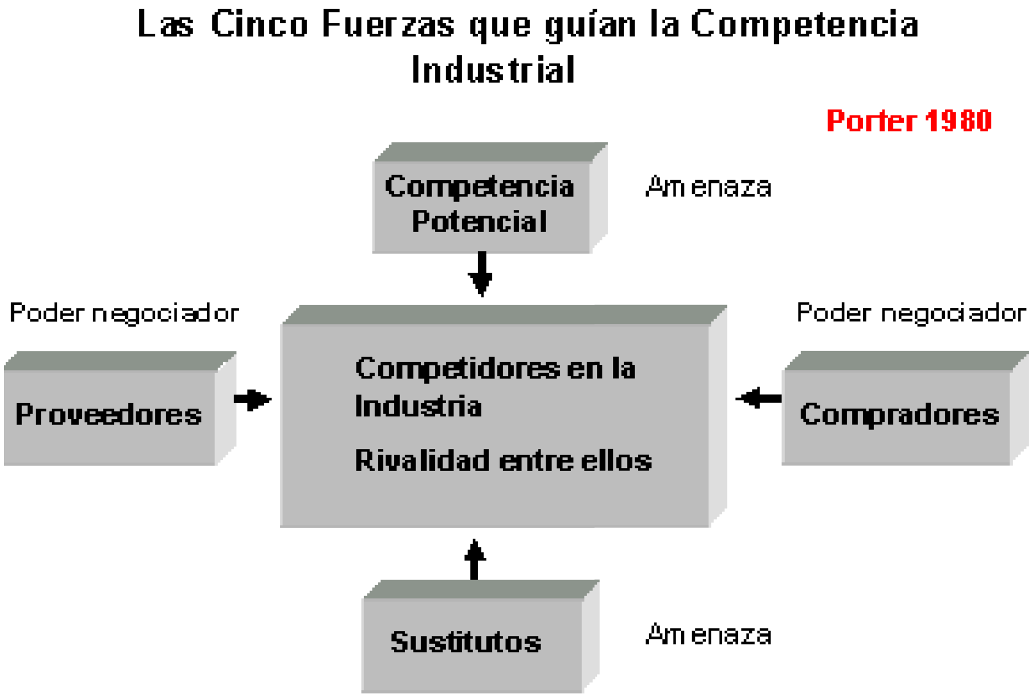
Emocional

Implicación Fuerte.

Implicación Débil.



Análisis de fuerzas de Porter.



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 motivo 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**
Ingreso			
Ingresos por productos	1205538,29	1687704,83	2169871,37
Total Ingresos	**1205538,29**	**1687704,83**	**2169871,37**
Costo de Venta	665167,81	931208,02	1197248,23
Utilidad Bruta	**540370,4817**	**756496,8129**	**972623,1442**
Gastos operativos:			
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
Total gastos operativos	**214421,0218**	**282219,3445**	**350017,6672**
Ebitda	**325949,4599**	**474277,4684**	**622605,477**
Depreciación y Amortización			
Utilidad (perdida) de Operación	**325949,4599**	**474277,4684**	**622605,477**
Gastos financieros corto plazo	0,00	0,00	0,00
Gastos financieros largo plazo	0,00	0,00	0,00
Utilidad antes de impuestos	**325.949**	**474.277**	**622.605**
ISR (25%)	81487,36497	118569,3671	155651,3692
PTU (15%)	48892,41898	71141,62026	93390,82155
Utilidad (pérdida neta)	**195.570**	**284.566**	**373.563**

Referencia: Julio Guerrero- Gerente de Marketing de Arcor.

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

Referencia: Julio Guerrero- Gerente de Marketing de Arcor.

Análisis de los estados financieros.

Crecimiento de las ventas

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

Asignación de presupuestos.

Total Nómina Annual Base	525720	Total Nómina Anual asignada	52572	Total Comisión Mensual:	16198.08
	Total Nómina Mensual Base		4381		

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
TOTAL MENSUAL DE PUBLICIDAD Y PROMOCION			**6860.00**	**82.320**

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
TOTAL PUBLICIDAD ANUAL	**82,320.00**	**96,974.58**	**116,473.01**	**141,290.85**	**173,110.81**

Análisis de los estados financieros.

Gastos

		Total Mensual Gastos fijos
Gastos fijos mensuales oficina corporativa Rocklets		10% de gastos totales
	Renta (m²)	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
	SubTotal gastos fijos	**4738.00**

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

Análisis de los estados financieros.

	2010	2011	2012	2013	2014
ROCKLETS					
Estado de Resultados:					
Ingresos:					
Nacional:					
Ingresos por productos	2604176.09	3067770.68	3750055.70	4221916.79	4437935.75
Total Ingresos	**2604176.09**	**3067770.68**	**3750055.70**	**4221916.79**	**4437935.75**
Costo de Venta	1436880.20	1692673.15	2069130.73	2329484.81	2448675.43
Utilidad Bruta	1167295.89	1375097.53	1680924.97	1892431.98	1989260.32
Gastos operativos:					
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
Total gastos operativos	**429580.53**	**468320.76**	**552877.34**	**627104.02**	**689180.52**
Ebitda	**737715.36**	**906776.77**	**1128047.63**	**1265327.96**	**1300079.80**
Depreciación y Amortización	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad (perdida) de Operación	**737715.36**	**906776.77**	**1128047.63**	**1265327.96**	**1300079.80**
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
Utilidad antes de impuestos	**737715.36**	**906776.77**	**1128047.63**	**1265327.96**	**1300079.80**
ISR	184428.84	226694.19	282011.91	316331.99	325019.95
PTU	110657.30	136016.52	169207.14	189799.19	195011.97
Utilidad (pérdida neta)	**442629.21**	**544066.06**	**676828.58**	**759196.78**	**780047.88**
Margen de utilidades netas:	**0.17**	**0.18**	**0.18**	**0.18**	**0.18**

Cálculo de la TMAR.

Ke = 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

Ke = 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
ROCKLETS						
Flujo de Caja:						
Ingreso						
Ingresos por productos	2604176.09	3067770.68	3750055.70	4221916.79	4437935.75	38883782.83
Total Ingresos	2604176.09	3067770.68	3750055.70	4221916.79	4437935.75	38883782.83
Costo de Venta	1436880.20	1692673.15	2069130.73	2329484.81	2448675.43	21454516.02
Utilidad Bruta	1167295.89	1375097.53	1680924.97	1892431.98	1989260.32	17429266.82
Gastos operativos:						
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
Total gastos operativos	429580.53	468320.76	552877.34	627104.02	689180.52	723639.54
Ebitda	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
Utilidad (perdida) de Operación	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
Utilidad antes de impuestos	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
Utilidad (pérdida neta)	442629.21	544066.06	676828.58	759196.78	780047.88	10023376.36
Ajustes						
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
Total de Ajustes	-67485.08	-12963.53	-17808.48	-5027.43	21309.83	237538.97
INVERSION	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PASIVOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
RECUPERACION DE CAPITAL	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
VALOR DE DESECHO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
FLUJO NETO	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

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

V_t	• Representa los flujos de caja en cada periodo t.
I_o	• Es el valor del desembolso inicial de la inversión.
n	• es el número de períodos considerado.
K	• La tasa de interés TMAR.

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

A	• Valor del actual.
i	• Tasa de interés TMAR.

TMAR	11.98%
VALORACION DE LA MARCA	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 marcado 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