Elaboración y Comercialización Artesanal de Cocteles sin Alcohol a Base de Frutas Tropicales en San Marino Shopping Center

"Los mejores cocteles sin alcohol, una alternativa sana para salir de fiesta "

- Karla Luzmila Córdova Chacón
- Tania Yanina Navia Burgos
- Deysi Erika Villón Beltrán

DIFERENCIA ENTRE EL COCTEL SIN Y CON ALCOHOL

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

El producto consiste en ofrecer al mercado de Guayaquil, una bebida libre de alcohol, dirigida a personas que deseen compartir una ocasión especial con sus seres queridos sin tener que abstenerse a beber; ya que cuando nos encontramos en alguna fiesta o reunión siempre habrá alguien a quién no le guste o no pueda consumir alcohol; es así que pensamos en TROPIBAR, donde se elaboran cocteles sin alcohol a base de frutas tropicales.

PROBLEMA

Según investigaciones realizadas muestran que el consumo en exceso de bebidas con alcohol podría causar trastornos en los patrones de sueño, dolores de cabeza, fatiga, aumentar el riesgo de cáncer o enfermedades del hígado, además de elevar la presión arterial que a su vez podría provocar derrame cerebral.

OBJETIVO GENERAL

- Crear valor a nuestra marca a través de el logro de la supervivencia en el mercado local, el crecimiento y el desarrollo sostenible, y demostrar a toda la comunidad la importancia que contiene el producto como complemento y suplemento alimenticio.

Estudio de

Mercado

OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Con la investigación de mercado se desea conocer si el producto tendrá aceptación en la población guayaquileña, y saber a que segmento nos vamos a dirigir.

- Otro de los objetivos es conocer las preferencias de los consumidores de tal forma que podamos lanzar un producto con las características que ellos deseen.

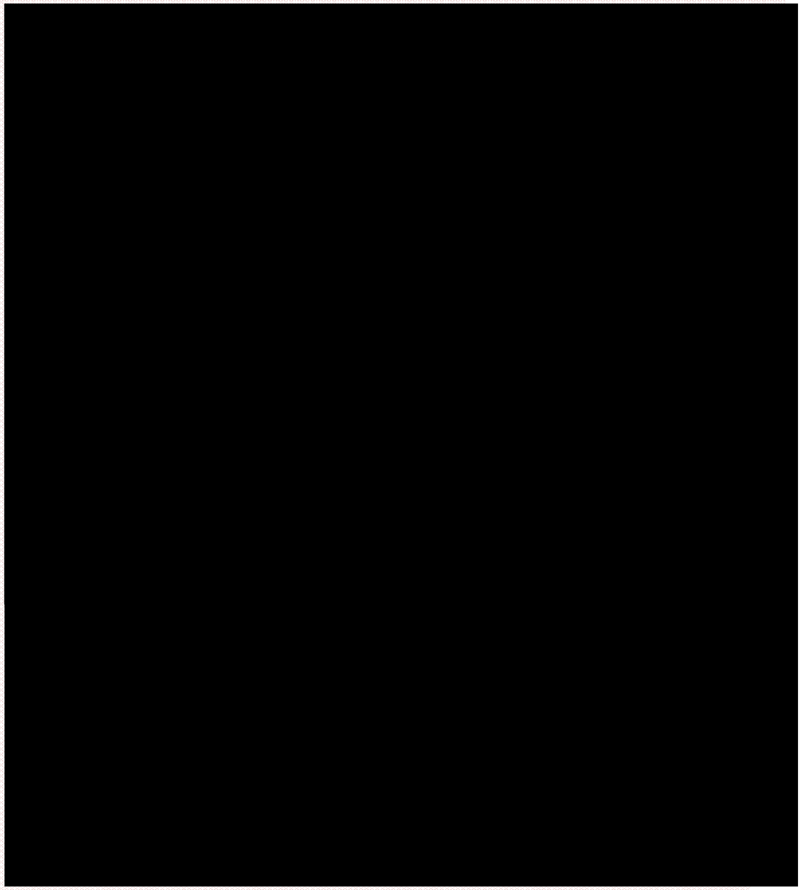
POBLACIÓN DE GUAYAQUIL

- Población de Guayaquil 1.985.379.
- Tasa de crecimiento anual del 2.5%.

Según censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el año 2001, proyectada al 2009 tenemos:

MERCADO OBJETIVO

- Personas que habiten en la ciudad de Guayaquil.
- Con edades comprendidas entre los 15 y 44 años de edad.
- Nivel socioeconómico medio, medio alto y alto.
- Nuestro mercado meta estará alrededor de 364.024 personas.
- Participación de mercado aproximadamente del 5% lo que nos daría como resultado un mercado objetivo de 18,754 personas



TAMAÑO DE LA MUESTRA

- Se escogió para esta investigación trabajar con un nivel de confianza del 95% y se estableció un margen de error de 5%.

- Se consultó la tabla normal, y el valor Z que se relaciona al 95% de nivel de confianza es de 1,96

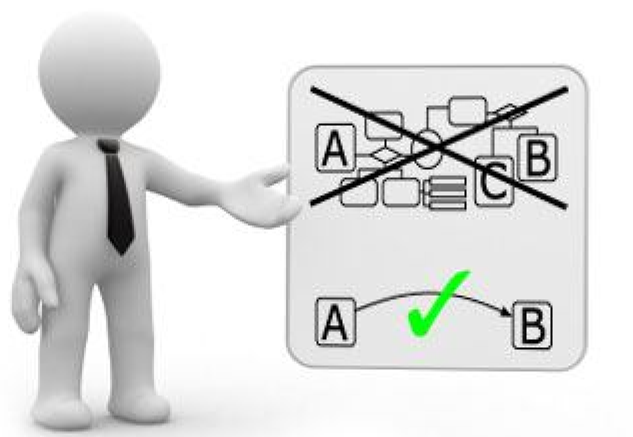
- La probabilidad de éxito será del 50%, lo que se entiende como el porcentaje de clientes potenciales que consumirían los cocteles sin alcohol a base de frutas tropicales, el otro 50% estará dado por aquellas personas que decidan optar por comprarle a la competencia.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

- Debido a que nuestra población es considerada como infinita se procedió a utilizar la fórmula expuesta a continuación para el cálculo del tamaño de la muestra.

$$n = \frac{1{,}96^2 * 0{,}5 * (1 - 0{,}5)}{0{,}05^2} = 384{,}16 \approx 400\ encuestas$$

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS



¿Ha consumido cocteles sin alcohol?

¿Está interesado/a en consumir cocteles y sin alcohol a base de frutas tropicales?

Marque en que rango de edad se encuentra

Ha escuchado sobre el coctel sin alcohol a base de frutas tropicales y sus beneficios en comparación con el tradicional coctel?

Sabiendo los beneficios del coctel sin alcohol a base de frutas tropicales (no contiene alcohol, tiene vitaminas, ayuda a la digestión) y que da la misma satisfacción que el coctel tradicional, estaría dispuesto a sustituirlo?

¿En qué porcentaje realizaría la sustitución del coctel tradicional a los cocteles sin alcohol a base de frutas tropicales?

¿Qué tipo de coctel sin alcohol a base de frutas tropicales le agradaría consumir?

¿En qué lugares adquiere o le gustaría adquirir los cocteles sin alcohol a base de frutas tropicales?

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?

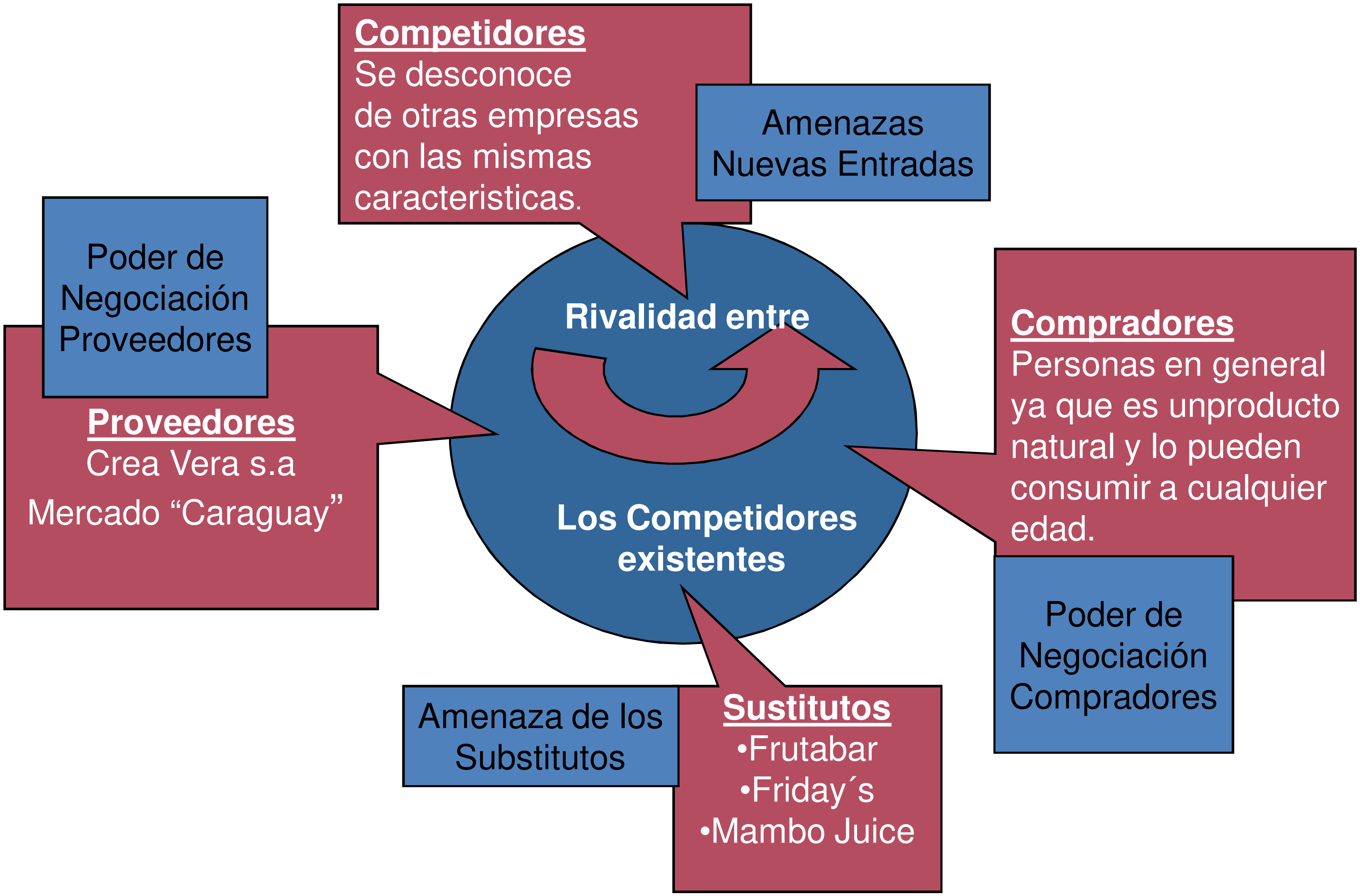
CONCLUSIÓN DE LA ENCUESTA

- Aceptación en el mercado en un 80%
- Cocteles de mayor demanda: Cítricos y Dulces.
- Horarios preferidos: tarde y noche.
- Centros comerciales
- Intervalo de precios: $ 3.00 - $4.00

MICROSEGMENTACIÓN

CRITERIOS DE SEGMENTACION	SEGMENTOS DEL MERCADO
GEOGRAFICOS	
REGION	COSTA
CIUDAD	GUAYAQUIL
SECTORES	NORTE, CENTRO, SUR
DEMOGRAFICOS	
INGRESOS	MEDIOS YALTOS
EDAD	15 A 44 AÑOS
GENERO	MASCULINO Y FEMENINO
CICLO DE VIDA FAMILIAR	JOVEN, SOLTERO, CASADO, NIÑO, ADOLESCENTE, ADULTO, ETC,
CLASE SOCIAL	MEDIA, MEDIA ALTA Y ALTA
ESCOLARIDAD	TODOS
OCUPACION	TODOS
PSICOLOGICOS	
ESTILO DE VIDA	SALUDABLE
CONDUCTUALES	
BENEFICIOS DESEADOS	REEMPLAZO DEL COCTEL TRADICIONAL

FUERZAS DE PORTER



ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Existe en el mercado diferentes productos sustitutos al nuestro, es por eso que la competencia será ardua ya que muchos establecimientos como **FRUTABAR, MAMBO JUICE, FRIDAY'S**, entre otros, están posicionados en la mente de los consumidores y del mercado.

Se realizará una estrategia de marketing y publicidad para poder entrar en el mercado y ser líderes en lo que concierne a bebidas no alcohólicas.

ANALISIS DE LA OFERTA

POTENCIALES CLIENTES:

Personas interesadas en probar una bebida natural diferente que sea beneficiosa para la salud; personas que no les guste o no puedan consumir productos con alcohol o bebidas que contengan preservantes, para quienes les guste divertirse y a un público novedoso.

Nuestros potenciales clientes tendrán en su mayoría entre 23 y 27 años de edad.

ANALISIS DE LA DEMANDA

SUPUESTOS:

La demanda de nuestro producto se incrementará en un 10% anual.

El porcentaje total de las clases sociales media, media alta y alta es de 30,28%.

La edad de los posibles consumidores fluctúa entre 15 – 44 años de edad.

Por tanto la demanda anual es de 18754 para nuestro producto, de igual forma se presenta los resultados para demanda mensual y diaria:

DEMANDAS CLASIFICADAS	
DEMANDA ANUAL	18754
DEMANDA MENSUAL	1563
DEMANDA DIARIA	**52**

Elaborado por: las autoras

A continuación se presenta la demanda proyectada para los próximos 5 años:

AÑOS	2010	2011	2012	2013	2014
CANTIDAD	18.754	20.630	22.693	24.962	27.458

MARKETING MIX: 4 P´S

PRODUCTO

Nuestro producto tiene las siguientes características:

- **Calidad.-** Nuestro producto tendrá las normas de calidad correspondientes.
- **Presentación.-** Diferentes presentaciones para la decisión de compra al momento de elección del consumidor.
- **Costo Promedio.-** Los precios de los productos son razonables y accesibles.
- **Apariencia.-** El sabor, la presentación y los beneficios son factores importantes que se conservan en las propiedades del producto.

MARKETING MIX: 4 P´S

PRECIO

El precio toma en consideración la rentabilidad, la probabilidad de reacción de la competencia, y cualquier otra variable asociada al valor de la transacción por el producto.

Según el estudio realizado las personas estarían dispuestas a pagar en promedio por este producto como:

Mínimo: $ 3,00.
Máximo: $ 4,00.

MARKETING MIX: 4 P´S

PLAZA

Ubicación: TROPIBAR estará ubicado en una isla en el Centro Comercial San Marino Shopping Center, en el segundo piso.

El local tendrá alrededor de 9 m², un espacio suficiente para ubicar los equipos necesarios para iniciar la producción y comercialización de los cocteles sin alcohol.

MARKETING MIX: 4 P´S

PROMOCIÓN

La promoción para nuestro producto se realizará de la siguiente forma, de tal manera influir en las ventas de nuestro producto. Que son las siguientes:

- Volantes, Vallas Publicitarias y Revistas.
- Publicidad
- Servicio, calidad y diferenciación del producto y servicio.

ESTUDIO

ORGANIZACIONAL

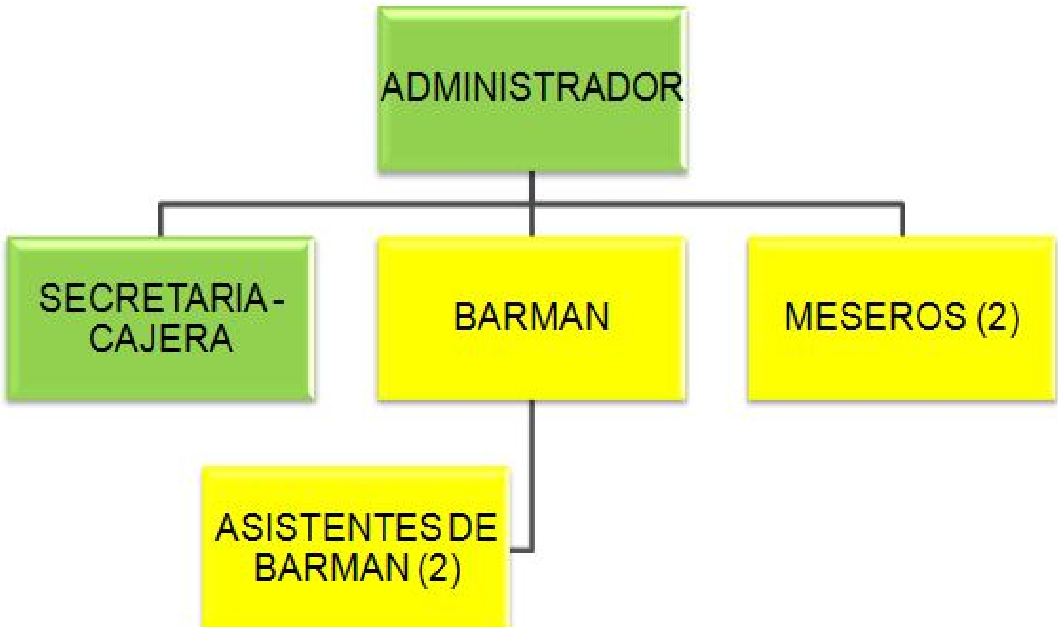
MISIÓN

Producir y vender bebidas que superen las expectativas de calidad de nuestros clientes, brindar excelente servicio y un precio justo que asegure la viabilidad a largo plazo, un rendimiento adecuado, estabilidad económica a los empleados, aumentando el crecimiento económico de la ciudad.

VISIÓN

Ser reconocido como la marca líder del mercado local capaz de suministrar constantemente variedad de cocteles con excelente sabor y por ser el único coctel sin alcohol a base de frutas tropicales exóticas disponible en cualquier momento.

ORGANIGRAMA



ANALISIS FODA

F

ü Manejamos un producto 100% libre de alcohol.

ü Variedad en el mercado de bebidas.

ü Marcamos diferencia en el mercado de bebidas.

O

ü Un amplio mercado de consumidores de productos naturales.

ü Buena aceptación en el público

ü Pioneros en el mercado

D

ü Dificultad de aceptación.

ü La tradición en el medio de consumir bebidas con alcohol.

ü Producto nuevo en el mercado .

A

ü Amenaza de entrada de nuevos competidores.

ü Competencia con precios más bajos.

ü Costos de materia prima (estacionalidad de las frutas).

ü Franquicias reconocidas.

ESTUDIO → TÉCNICO

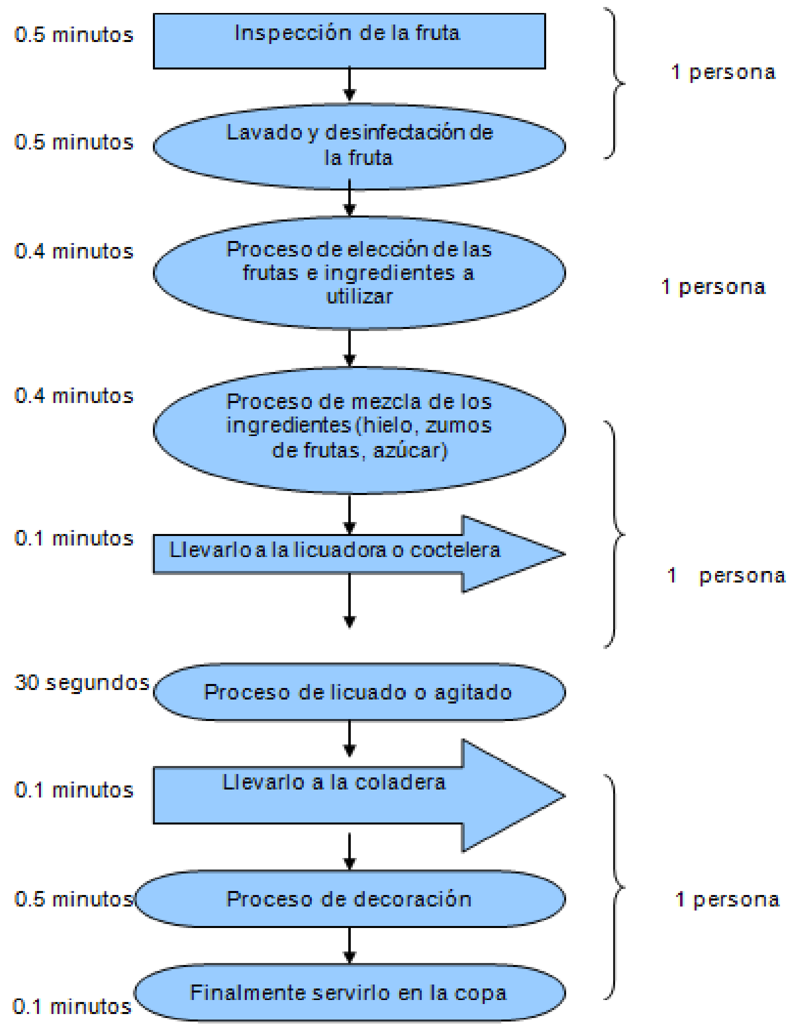
LA MICROLOCALIZACIÓN

Tomamos en cuentas algunos factores como el acceso al mercado y la disponibilidad de materia prima necesaria.

FACTORES	ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÒN				
		San Marino		Urdesa	
	Ponderacion	Escala (1-10)	Calificación	Escala (1-10)	Calificación
Densidad de población	15	7	105	7	105
Clima	13	10	130	8	104
Materia Prima	10	8	80	7	70
Mano de Obra	10	10	100	6	60
Costo de insumos	10	6	60	6	60
Costo de la vida	10	9	90	8	80
Acceso al Mercado	9	8	72	8	72
Medio de transporte	9	8	72	9	81
Cercanía a la ciudad	8	7	56	7	56
SUMATORIA DE PUNTOS	**100**		**765**		**688**

Elaborado por: Las autoras

FLUJOGRAMA DEL PROCESO



FLUJOGRAMA DEL SERVICIO

VALOR AGREGADO

El valor agregado que proporcionará TROPIBAR en la venta de cocteles sin alcohol, es la siguiente:

- Su carácter natural.
- La calidad.
- Servicio al cliente.

ESTUDIO → FINANCIERO

SUPUESTOS

TASA DE IMPUESTO	25%
INCREMENTO UNIDADES VENDIDAS ANUAL	10%
INCREMENTO DEL PRECIO ANUAL	$ 0,25
INCREMENTO ANUAL DE SUELDOS Y SERVICIOS	5%

INVERSIÓN INICIAL

DESCRIPCIÓN	Unidades	P. unitario	Inv. Inicial
TOTAL			$ 7.729,00
ADQUISICIONES			
Refrigeradoras	1	1.000,00	1.000,00
Jugueras	1	350,00	350,00
Licuadoras	3	60,00	180,00
Caja registradora	1	330,00	330,00
Batidora	2	35,00	70,00
Raspa hielo	4	20,00	80,00
Extractor de zumos, jugos	1	80,00	240,00
Mesas	4	60,00	240,00
Sillas	16	30,00	480,00
Camioneta	1	4.000,00	4.000,00
UTENSILIOS VARIOS			
Tabla para picar	12	2,00	24,00
Cuchara mezcladora	12	5,00	60,00
Onzeras	10	8,00	80,00
Pinzas	10	3,00	30,00
Jarras p/agua	20	2,50	50,00
Afilador	5	3,00	15,00
Cuchillos	10	6,00	60,00
Cristalería variada (Copas)	200	1,50	300,00
Recipientes	40	3,50	140,00

CANTIDAD DEMANDADA ANUAL

PRECIOS NO INCLUYEN IVA

DEMANDA ANUAL	18.754

CANTIDAD TOTAL DEMANDADA MENSUAL	1.563	
DESCRIPCION	% DE LA DEMANDA	PRECIO USD.
COCTELES DE LA CASA	5,28%	$ 3,30
COCTELES CÍTRICOS	31,37%	$ 3,30
COCTELES DULCES	31,37%	$ 3,40
COCTELES FROZEN	11,80%	$ 3,30
COCTELES CREMOSOS	20,18%	$ 3,60
TOTAL	100%	

CANTIDAD DEMANDADA EN 5 AÑOS					
INCREMENTO ANUAL	10,00%				
TIPOS DE COCTELES	CANTIDAD A PRODUCIR (AÑO 1)	CANTIDAD A PRODUCIR (AÑO 2)	CANTIDAD A PRODUCIR (AÑO 3)	CANTIDAD A PRODUCIR (AÑO 4)	CANTIDAD A PRODUCIR (AÑO 5)
COCTEL ESPECIALIDAD DE LA CASA	990	1089	1198	1318	1450
COCTELES CÍTRICOS	5883	6471	7119	7830	8613
COCTELES DULCES	5883	6471	7119	7830	8613
COCTELES CREMOSOS	2213	2434	2678	2945	3240
COCTELES A BASE DE FFROZEN	3785	4163	4579	5037	5541
TOTAL ANUAL	18.754	20.629	22.692	24.962	27.458

COSTO DE MATERIA PRIMA UNITARIO Y ANUAL

[redacted]

COSTOS MATERIA PRIMA ANUAL					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COCTEL ESPECIALIDAD DE LA CASA	$ 574,06	$ 631,46	$ 694,61	$ 764,07	$ 840,47
COCTELES CÍTRICOS	$ 5.651,35	$ 6.216,48	$ 6.838,13	$ 7.521,94	$ 8.274,14
COCTELES DULCES	$ 8.465,03	$ 9.311,53	$ 10.242,69	$ 11.266,95	$ 12.393,65
COCTELES CREMOSOS	$ 3.385,71	$ 3.724,28	$ 4.096,71	$ 4.506,38	$ 4.957,02
COCTELES A BASE DE FFROZEN	$ 4.455,29	$ 4.900,82	$ 5.390,91	$ 5.930,00	$ 6.523,00
TOTAL ANUAL	**$ 22.531,44**	**$ 24.784,58**	**$ 27.263,04**	**$ 29.989,34**	**$ 32.988,27**

[redacted]

INVERSION TOTAL	$
INVERSIÓN EN ADQUISICIONES	$ 7.729,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	$ 840,00
COSTO DE CAPITAL DE TRABAJO	6.587,42
TOTAL	15.156,42

	%	MONTO $
INVERSION CAP. PROPIO	50%	7578,21
DEUDA	50%	7578,21
INVERSION TOTAL	100%	15156,42

CALCULO DE LA TASA DE DESCUENTO

CÁLCULO DEL BETA

EMPRESA	BETA	VALOR DE LA EMPRESA	B* VALOR DE LA EMPRESA
YUM BRANDS INC.	0,6532	20,17	0,30
STARBUCKS	1,59	20,26	0,73
ARK RESTAURANTS CORP.	1,36	3,49	0,11
TOTAL MERCADO		**43,92**	**1,14**

Tabla 30a

TASA DE DESCUENTO	
BETA	1,142
Rm	8,79
Rf	1,51
RIESGO PAÍS	8,18
Ri	**18,00%**

Elaborado por: Las autoras

PAYBACK

Tabla 33

PAYBACK				
PERIODO	SALDO DE INVERSION	FLUJO DE CAJA	RENTABILIDAD EXIGIDA	RECUPERACION DE INVERSION
1	$ 6.738,21	**(5.364,01)**	1212,92	(4.151,09)
2	-4151,09	**66,28**	-747,22	(680,94)
3	-680,94	**4.904,66**	-122,57	4.782,09
4	**4782,09**	**10.566,08**	**860,80**	**$ 11.426,88**
5	11426,88	**23.803,17**	2056,90	25.860,07

Elaborado por: Las autoras

FLUJO DE CAJA ANUAL

PERIODO	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		**$ 63.611,88**	**$ 75.130,42**	**$ 88.316,54**	**$ 103.388,59**	**$ 120.591,89**
COSTO DE VENTA		**$ (23.085,75)**	**$ (26.156,15)**	**$ (29.634,92)**	**$ (33.576,36)**	**$ (38.042,02)**
GASTOS DE OPERACION Y ADMINISTRATIVOS		**$ (45.563,24)**	**$ (47.631,40)**	**$ (49.802,97)**	**$ (52.083,12)**	**$ (54.477,27)**
DEPRECIACION DE EQUIPOS		-1577,67	-1577,67	-1577,67	-1577,67	-1577,67
Utilidad operacional		**(6.614,77)**	**(234,80)**	**7.300,99**	**16.151,45**	**26.494,93**
GASTOS DE INTERESES		-893,47	-752,24	-594,36	-417,87	-220,56
UA impuestos y part. Trabajadores		-7508,24	-987,04	6706,63	15733,58	26274,36
(-) 15% part. Trabaja		1126,24	148,06	-1005,99	-2360,04	-3941,15
UA impuestos		**-6382,00**	**-838,98**	**5700,64**	**13373,54**	**22333,21**
IMPUESTO A LA RENTA		0,00	0,00	-1425,16	-3343,39	-5583,30
UTILIDAD NETA		**-6382,00**	**-838,98**	**4275,48**	**10030,16**	**16749,91**
(-) 10% RESERVA LEGAL		638,20	83,90	-427,55	-1003,02	-1674,99
(=) UTILIDAD RETENIDA		**$ (5.743,80)**	**$ (755,08)**	**$ 3.847,93**	**$ 9.027,14**	**$ 15.074,92**
DEPRECIACION DE EQUIPOS		1577,67	1577,67	1577,67	1577,67	1577,67
INVERSIÓN TOTAL INICIAL	$ (7.729,00)					
CAPITAL DE TRABAJO	$ (6.587,42)					$ 6.587,42
PRESTAMO	7.578,21					
Amort. De la deuda		-1197,87	-1339,10	-1496,98	-1673,48	-1870,78
FLUJO DE CAJA	**$ (6.738,21)**	**$ (5.364,01)**	**$ (516,52)**	**$ 3.928,61**	**$ 8.931,33**	**$ 21.369,22**

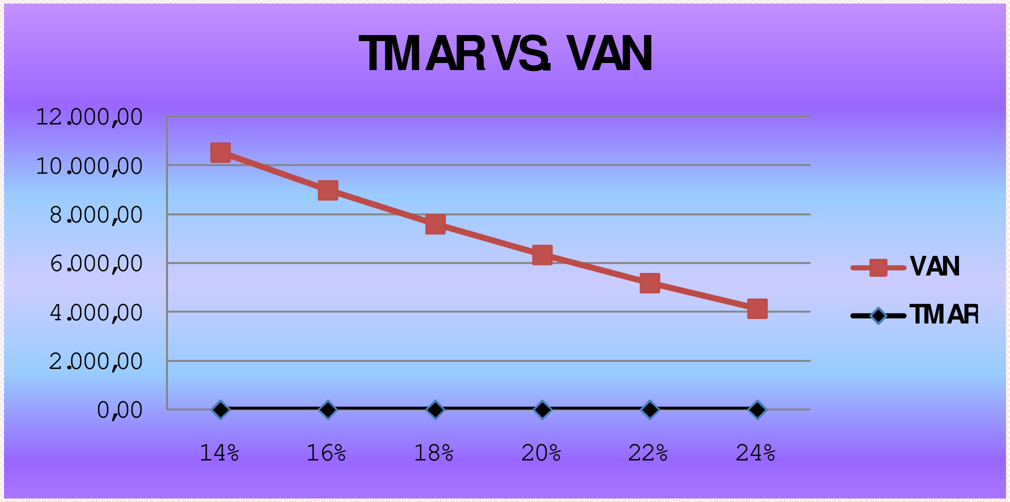
VAN, TIR

VAN	$	7.602,82
TIR	34,38%	

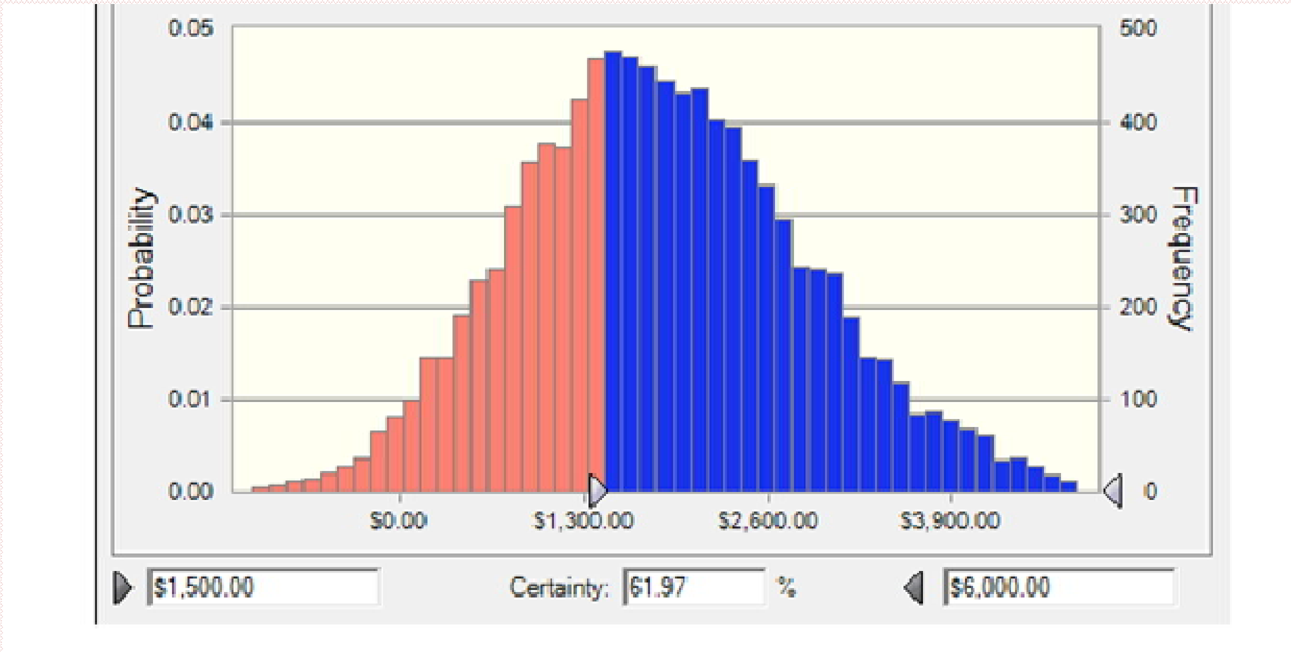
ESCENARIO VAN VS. TMAR

Tabla 34a

RESUMEN DE ESCENARIOS						
	14%	16%	18%	20,00%	22%	24%
Changing Cells:						
TMAR	14%	16%	18%	20%	22%	24%
Result Cells:						
VAN	$ 10.536,62	$ 8.997,66	$ 7.603,20	$ 6.337,64	$ 5.187,30	$ 4.140,14



VAN ($1500 - $6000)



GRACIAS POR LA ATENCIÓN PRESTADA