"PLAN DE MARKETING Y DESARROLLO DE LA NUEVA LÍNEA DE PRODUCTOS GATORADE RAIN EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

ANALISIS DE MERCADO

Análisis de Marketing local de las bebidas no alcohólicas

- Aguas sin gas
- Jugos Naturales
- Jugos Envasados
- *Hidratantes*
- Energizantes
- Colas

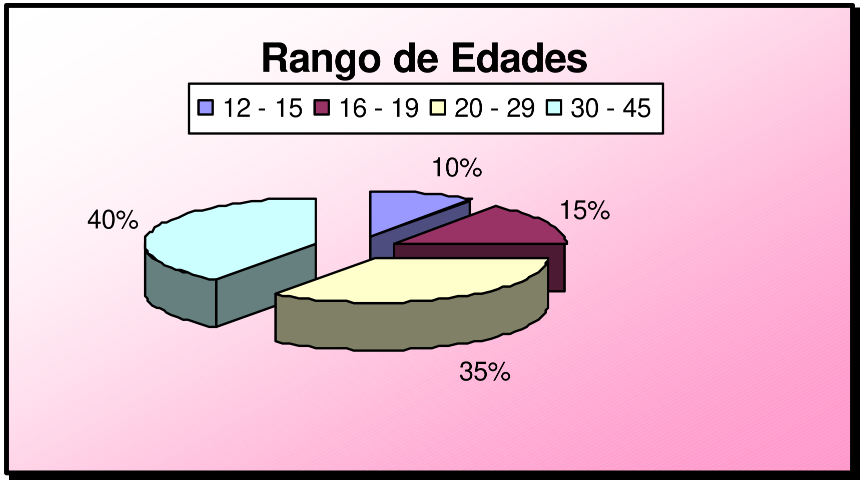
INVESTIGACION DE MERCADO

INVESTIGACION DE LA DEMANDA

DISTRIBUCIÓN POR SEGMENTOS

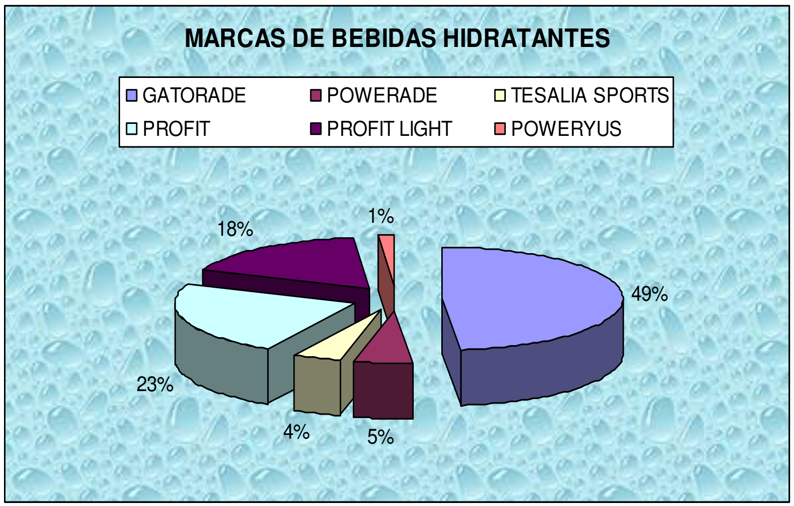
EDAD	%
12 -15 Años	15
16 -19 Años	30
20 -24 Años	13
25 -29 Años	11
30 -34 Años	11
35 -39 Años	10
40 -45 Años	10

SEXO
Masculino
Femenino

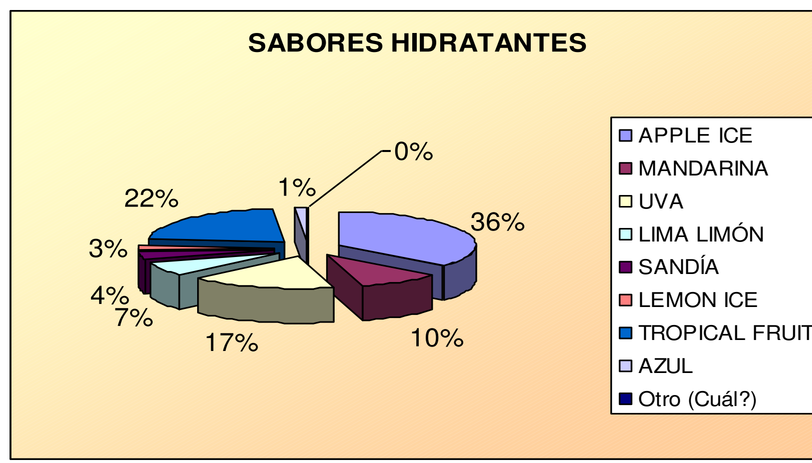


INVESTIGACION DE MERCADO

COMPETIDORES



La preferencia por la marca GATORADE alcanza un 49% del mercado ecuatoriano

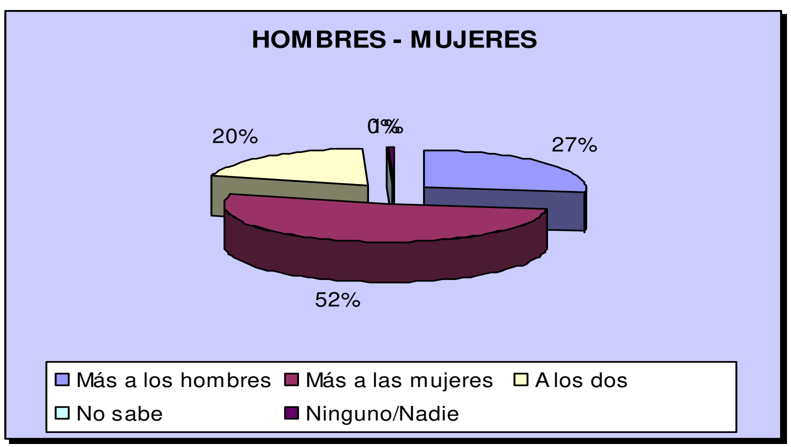


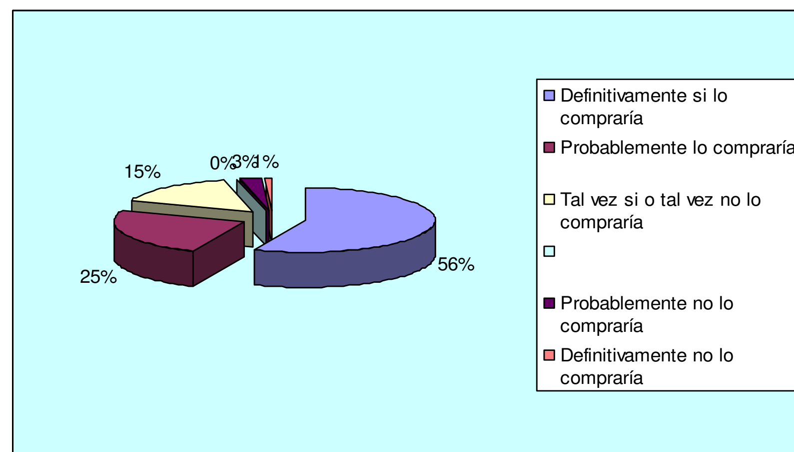
INVESTIGACION DE MERCADO

CONCEPTO DE GATORADE RAIN

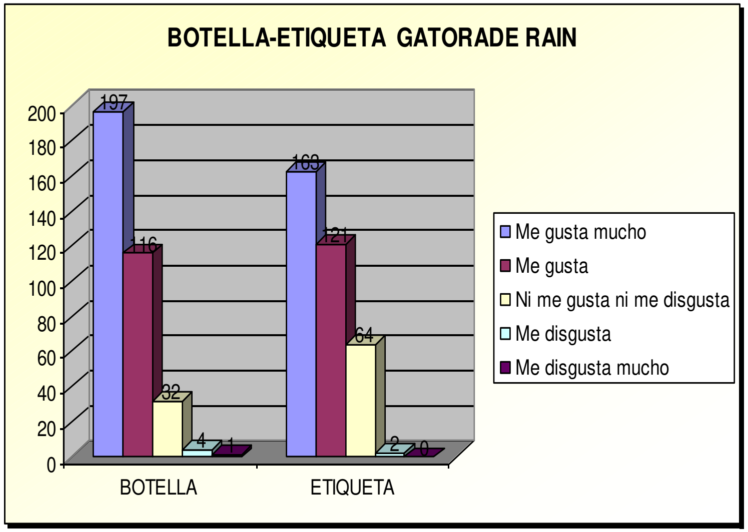
Es toda una nueva experiencia de sabor:

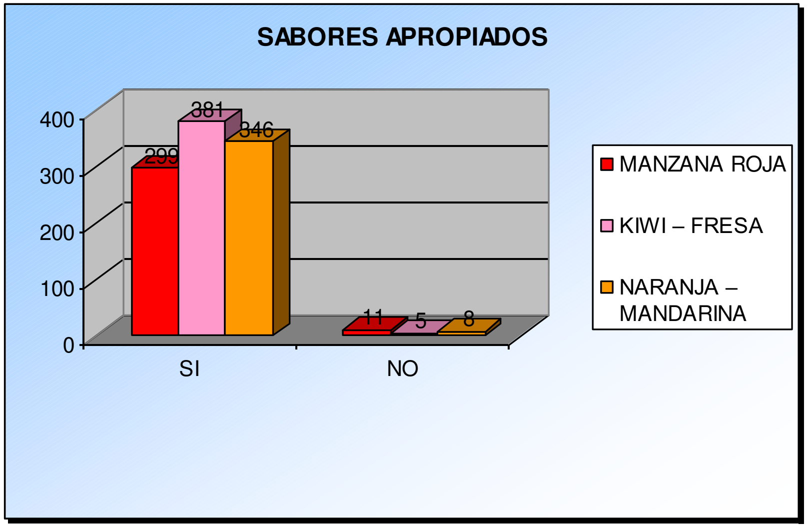
- Más refrescante, más suave y más ligero.
- Gatorade Rain es la bebida hidratante más fácil de tomar que calma la sed mas intensa y conserva las propiedades funcionales de tu Gatorade tradicional.

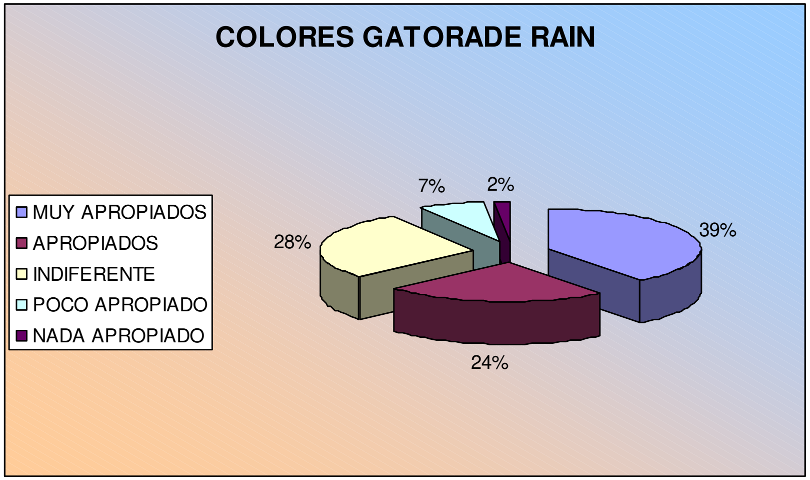




Considera apropiado los sabores, botella, colores y etiqueta?







INVESTIGACION DE MERCADO

FOCUS GROUP

Distribución de Personas

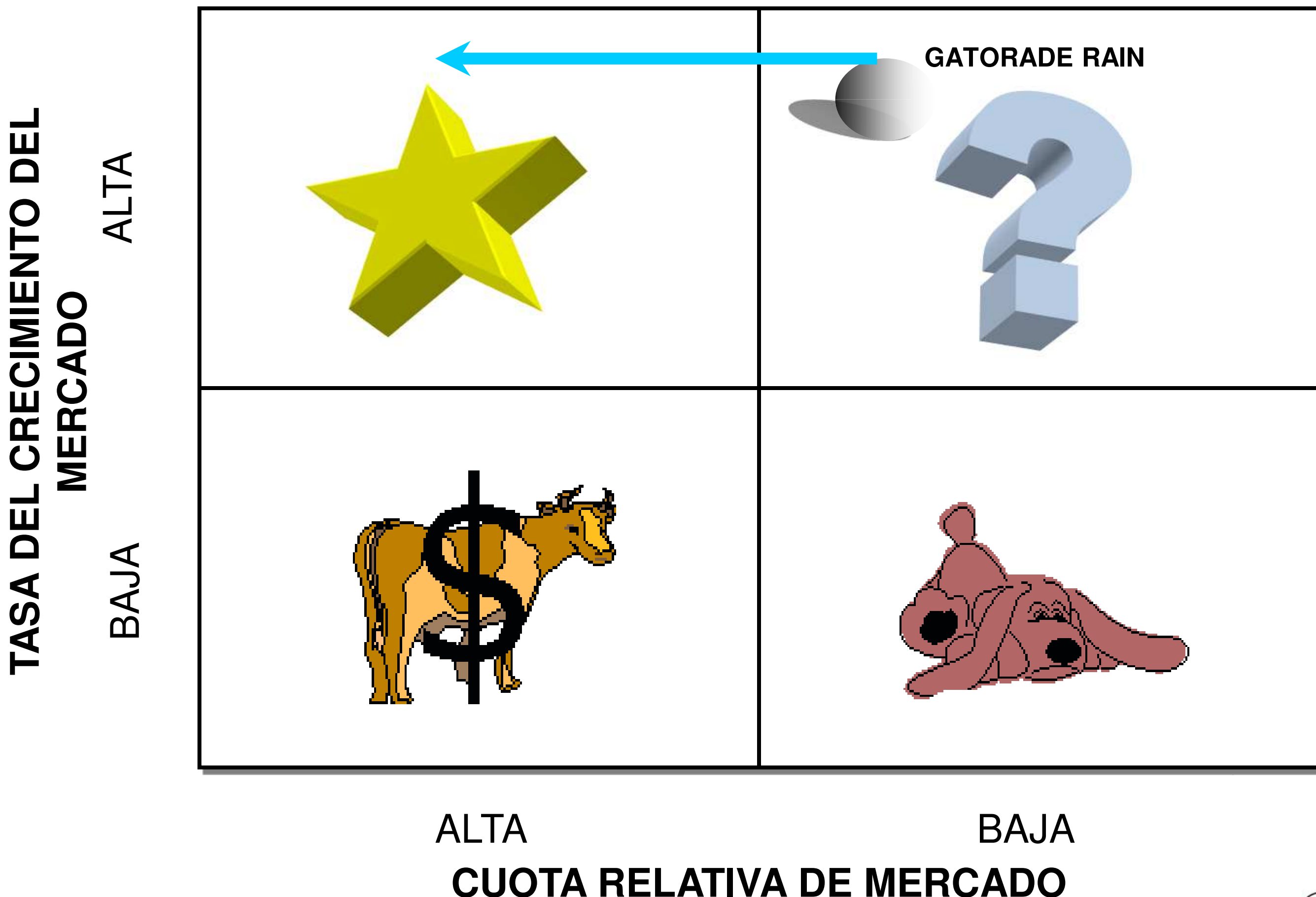
Leal Gatorade	Leal Profit	Switchers	No consumidores
Hombres	Hombres	Mujeres	Mujeres

CADENA DE SUMINISTROS

Canal de Distribución Corto:

- Aprovisionamiento
- Distribución

MATRIZ BCG


GATORADE RAIN
TASA DEL CRECIMIENTO DEL MERCADO
ALTA
BAJA
ALTA
BAJA
CUOTA RELATIVA DE MERCADO

ANÁLISIS DE POSIBILIDADES DE ACCIÓN

ATRACTIVIDAD DE MERCADO

	PARA MI PRODUCTO / IMPORTANCIA					PRESENCIA REAL / NIVEL				
	0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
CRECIMIENTO					4				3	
ACCESIBILIDAD					4					4
CONCENTRACIÓN DE CLIENTES					4				3	
MANEJO DE CVP					4				3	
	MULTIPLICACIÓN	52				**ATRACTIVIDAD DE MERCADO**	13			

ANÁLISIS DE POSIBILIDADES DE ACCIÓN

COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA

	PARA MI PRODUCTO / IMPORTANCIA					PRESENCIA REAL / NIVEL				
	0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
TECNOLOGÍA			2					2		
PRECIO (ALTO / BAJO)				3					3	
DISTRIBUCIÓN					4					4
CALIDAD DE PRODUCTO					4					4

MULTIPLICACIÓN	45	**ATRACTIVIDAD DE MERCADO**	11.25

ATRACTIVIDAD DE MERCADO Y COMPETITIVIDAD

ATRACTIVIDAD

	0 - 5		12 - 16	
ALTA	**B** DESARROLLO SELECTIVO	**GATORADE RAIN**	**C** CRECIMIENTO OFENSIVO	16 - 12
MEDIA		POSIBILIDADES DE ACCIÓN		
BAJA	**A** DESINVERSIÓN		**D** PERFIL BAJO	5 - 0
	DÉBIL	**MEDIA**	**FUERTE**	

COMPETITIVIDAD DE LA FIRMA

ANÁLISIS DE SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO

El producto está dirigido al sexo femenino pero sin discriminar al sexo masculino comprendidos entre los 24 a 45 años de edad que practiquen algún deporte o realice alguna actividad física.

- Macro Segmentación

- Micro Segmentación

MACRO SEGMENTACIÓN

- Definición del campo de actividad e identificación de factores claves a controlar.

- Definición del mercado de referencia:

  - Funciones
  - Grupo de compradores
  - Tecnologías

MICRO SEGMENTACIÓN

- Segmentación geográfica
- Segmentación demográfica
- Segmentación psicográfica
- Segmentación producto-beneficio

MATRIZ ANSOFF

PRODUCTOS

		ACTUALES	NUEVOS
MERCADOS	ACTUALES		
	NUEVOS		

MATRIZ FCB

APREHENSIÓN

		INTELECTUAL	EMOCIONAL
IMPLICACIÓN	FUERTE	APRENDIZAJE 	AFECTIVIDAD
	DÉBIL	RUTINA	HEDONISMO

PLAN DE MARKETING OPERATIVO Y COMUNICACIONAL

OBJETIVOS

- Determinar el impacto y aceptación que causa en el mercado nuestro nuevo producto.

- Lograr que el porcentaje de ventas crezca continuamente.

- Tener una gran participación en el mercado.

Empaque

Manzana roja **Kiwi fresa** **Naranja mandarina**

LOGO DEL PRODUCTO

INSTITUCIONAL DE LA MARCA GATORADE MAS LA PALABRA
RAIN

METODO DE FIJACION DE PRECIOS

Nuestra empresa seleccionó un método de fijación de precios por sobreprecio, tomando un 10 % como estándar a los costos del producto.

COMPETENCIA DIRECTA

Producto	Precios
Pro Fit	$0.70
Pro Fit Light	$0.70
Powerade	$0.60
Tesalia Sport	$0.60

COMPETENCIA INDIRECTA

Producto	Precio
Agua	$0.25
Jugos Naturales	$0.50
Jugos Artificiales	$0.45
Bebidas Energizantes	$2.00
Colas	$0.40

PROMOCION

- PRENSA , RADIO Y TELEVISION

- DIRECTA

  * Mailing
  * Internet
  * Revistas especializadas en deportes

DISTRIBUCION

2 UNICOS DISTRIBUIDORES A NIVEL NACIONAL:

* DISTRUIDORA JCC

* CORPORACION FAVORITA

PLAN DE COMUNICACION

OBJETIVOS:

- Aumentar el reconocimiento de nombre y marca en el segmento de mercado

- Informar sobre los atributos y cualidades de nuestro producto

- Establecer en nuestros consumidores una posición de fidelidad con respecto a la funcionalidad de nuestro producto

CONCEPTO CENTRAL DE COMUNICACION

"Nuevo Gatorade Rain es toda una nueva experiencia de sabor:

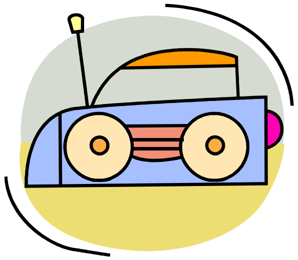
Más refrescante, más suave y más ligero ".

POSICIONAMIENTO

"Cuando sientas sed, calor o sensación de cansancio y gustas de un sabor más ligero y refrescante, GATORADE RAIN es la bebida que calma la sed más intensa y fácil de digerir, que rehidrata, repone y reactiva todos los fluidos que se pierden al sudar, devolviéndole al cuerpo las sales y minerales que el cuerpo necesita para dar lo mejor de uno mismo durante la actividad física ".

CAMPANA EN MEDIOS

Television



Radio

Lanzamiento en televisión con 820 TRPS que son la cantidad de puntos de rating con que alcanzas a un grupo objetivo.

PROGRAMACION

•Presentación por parte de Nutricionista del GSSI, qué es Gatorade Rain.

•Presentación del profesor y realización de la actividad.

•Sampling de Gatorade Rain por parte de los modelos y entrega de kits Rain.

KIT RAIN

MATERIAL POP DE APOYO AL TRADE

AFICHE

DISPLAY

COLGANTE

EVALUACION FINANCIERA

PLAN DE INVERSION PEPSICO

RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL 2008	
Activos Fijos y suministros	$7,935.35
Inversión en Inventarios	$205,046.65
Capital de Trabajo	$59,163.89
INVERSIÓN TOTAL	**$272,145.89**

EVALUACION FINANCIERA

COSTO DE VENTA
ULTIMO TRIMESTRE DEL 2008

Costo de Ventas del Ultimo Trimestre del 2008 (Oct-Dic)

Producto	Costo. x Caja	Cajas a Importar	Total en unid a importar	Costo de Compra Total	Costo de Envío	Impuestos Aduan. 0,005 %	COSTO TOTALES	Costo x Caja	Costo x Botella
Manzana Roja	6.05	7400	88800	$44,770.01	$6,267.80	$223.85	$51,261.66	$6.93	$0.58
Naranja Mandarina	6.05	10360	124320	$62,678.01	$8,774.92	$313.39	$71,766.33	$6.93	$0.58
Kiwi fresa	6.05	11840	142080	$71,632.02	$10,028.48	$358.16	$82,018.66	$6.93	$0.58
		29600		**$179,080.04**	**$25,071.21**	**$895.40**	**$205,046.65**	**$20.78**	**$1.73**
			COSTO TOTAL ANUAL 2008	**$179,080.04**					

VENTAS 2008

TRIMESTRALES

Plan de Ventas del Último Trimestre del 2008			
Producto	**Stock de Vta. Unit**	**PVP**	**Ventas Totales**
Manzana Roja	88,800	$0.68	$60,141.7
Mandarina naranja	124,320	$0.68	$84,198.3
Kiwi fresa	142,080	$0.68	$96,226.7
			$240,566.7

VENTAS ANUAL 2008	**$240,566.7**

EVALUACION FINANCIERA

FLUJO DE EFECTIVO ANUAL
Proyección 5 años

INGRESOS	2009	2010	2011	2012	2013
Capital Inicial	$272,145.89				
Ventas	$2,009,847.32	$2,311,324.42	$2,658,023.08	$3,056,726.55	$3,515,235.53
Total de Ingresos	$2,009,847.32	$2,311,324.42	$2,658,023.08	$3,056,726.55	$3,515,235.53
EGRESOS Y GASTOS					
Costo total de productos	$1,495,642.84	$1,719,989.27	$1,977,987.66	$2,274,685.81	$2,615,888.68
Gastos de importacion	$216,868.21	$238,273.10	$261,790.66	$287,629.40	$316,018.42
Alquiler de Oficina	$5,640.00	$6,196.67	$6,808.28	$7,480.26	$8,218.56
Staff Administrativo	$53,463.00	$58,739.80	$64,537.42	$70,907.26	$77,905.81
Caja chica	$6,000.00	$6,000.00	$6,000.00	$6,000.00	$6,000.00
Servicios basicos	$2,316.00	$2,544.59	$2,795.74	$3,071.68	$3,374.85
Combustible	$1,080.00	$1,186.60	$1,303.71	$1,432.39	$1,573.77
Depreciacion	$1,363.67	$1,363.67	$1,363.67	$1,363.67	$1,363.67
Inversion Inicial	$7,935.35				
Total de Egresos y Gastos	$1,790,309.08	$2,034,293.69	$2,322,587.13	$2,652,570.46	$3,030,343.75
Flujo de caja anual	$219,538.25	$277,030.73	$335,435.95	$404,156.09	$484,891.78
Flujo de caja acumulado	$219,538.25	$496,568.98	$832,004.93	$1,236,161.02	$1,721,052.80

FLUJO DE CAJA ANUAL

Capital inicial	$272,145.89
Utilidad proyectada	$1,721,052.80
Superavit	$1,448,906.91
Crecimiento porcentual	532%

EVALUACION FINANCIERA

VAN = VALOR ACTUAL NETO

- Tasa de descuento: KPM = Rf+B(Rm-Rf)+Rpaís
- Rf = Tasa de libre riesgo
- B = Dato de la compañía Pepsico
- Rm = Tasa libre de mercado
- (Rm - Rf) = Ibbotsso
- Rp = Riesgo país
- **Tasa de descuento**: KPM = 4.26%+0.89 (8.4%)+7.89%= 19.626%

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
$ (272,145.89)	$ 219,538.25	$ 277,030.73	$ 335,435.95	$ 404,156.09	$ 484,891.78

VAN: $ 582,000.13 → VAN > 0 = RENTABILIDAD

ANALISIS FINANCIERO

TIR = TASA INTERNA DE RETORNO

Tasa de descuento 19,623%
TIR 96%

TIR > Tasa Dscto = **FACTIBLE**

CAPITAL	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
$ (272,145.89)	$ 219,538.25	$ 277,030.73	$ 335,435.95	$ 404,156.09	$ 484,891.78

Tasa de descuento	19.626%
TIR	**96%**

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

SUPUESTO 1

- **Inflación:** aumento a 12%
- **Ventas:** 10%

Año	Flujo de Caja
1	$219,538.25
2	$464,908.23
3	$729,293.76
4	$1,013,845.44
5	$1,319,738.83
VAN	$ 564,669.40
Tasa dscto.	19.626%
TIR	84%

SUPUESTO 2

Inflación: mantiene 9,87

Ventas: decremtento -5

Año	Flujo de Caja
1	$219.538,25
2	$393.728,08
3	$513.198,15
4	$576.179,57
5	$580.547,26
VAN	$ 161,370.78
Tasa dscto.	19.626%
TIR	50%