"PROYECTO DE INVERSION PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA FRANQUICIA NORTEAMERICANA DE HELADOS "DIPPIN´DOTTS" EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

Andrés Patricio Molina Narváez[1], Catalina Alexandra Murillo Ayala[2], Yajaira Lili Villalta Pilaguano[3], Oscar Mendoza Macias[4].

RESUMEN

La idea de implementar un proyecto de inversión para la creación de una compañía de helados utilizando un sistema de franquicias, nació por la necesidad de crear un negocio con baja inversión y de éxito seguro con el que se pueda satisfacer necesidades del consumidor guayaquileño, en este caso cubrir la demanda de helados, ofreciendo un producto totalmente novedoso y de alta calidad.
El objetivo de este proyecto es formular y evaluar la factibilidad financiera de un proyecto de inversión usando una franquicia norteamericana para implementar un negocio de helados en la ciudad de Guayaquil; ya que hemos notado que las empresas dedicadas al mismo negocio no cubren totalmente la demanda de helados de la ciudad en especial de nuestro mercado objetivo como lo es la clase socio-económica Media-Alta y Alta.
En la actualidad existen heladerías que solo se dedican a distribuir los helados preparados de manera tradicional o con ligeras variaciones en presentación, sin embargo DIPPIN`DOTS propone una nueva experiencia al consumir un helado preparado bajo un proceso de criogenización en el cual se somete la materia prima a temperaturas de -40ºC., proceso por el cual obtenemos bolitas de helado de sabores muy intensos. Para llegar a tener resultados sobre la factibilidad del proyecto realizamos un estudio de mercado que abarco los lugares de mayor concentración poblacional de nuestro mercado objetivo como lo fueron dos centros comerciales del norte de la ciudad, donde realizamos las encuestas para medir el nivel de aceptación del producto. Luego de lo cual se realizaron los diferentes análisis financieros donde se analiza el caso adquiriendo obligaciones con una entidad bancaria además de los aportes económicos de los socios. Según los resultados obtenidos en los distintos análisis concluimos sobre la factibilidad de la puesta en marcha del proyecto.

SUMMARY

The idea to implement a project of investment for the creation of a company of ice creams utilizing a system of franchises, was born for the need to create a business with low investment and of sure success with the one that can be satisfied needs of the guayaquil's customer, in this case to cover the demand of ice creams, offering a high-quality and totally novel product. The objective of

---

[1] Ingeniería Comercial y Empresarial con Especialización Finanzas 2005; [2]Economía con Mención Empresarial especialización Marketing 2005; [3] Economía con Mención Empresarial especialización Marketing 2005; [4] Director de Tesis, Ingeniero ESPOL, Director ICHE 2005, Profesor de ESPOL.

this project is to formulate and to evaluate the financial viability of a project of investment using an American franchise to implement a business of ice creams in the city of Guayaquil; since we have noted that the businesses dedicated, at same business do not cover totally the demand of ice creams of the city especially of our objective market as is it the UPPER-MIDDLE associate-economic class and High. Currently they exist ice cream stores that only they are dedicated to distribute the ice creams prepared in a traditional way or with light variations in presentation, nevertheless DIPPIN`DOTS proposes a new experience al to consume an ice cream prepared under a process of criogenization in which the commodity to temperatures of -40ºC is submitted., process by which we obtain very intense flavors ice cream pellets. To come to have results on the possibility of the project we carry out a market research that cover the places of greater concentration of the people who lived in the city, of our objective market as were it two north shopping centers of the city, where we carry out the surveys for measure the level of acceptance of the product. After which they were carried out the different financial analysis where is analyzed the case acquiring obligations with a banking company besides them contribute economic of the associates. According to the results obtained in the different analysis we conclude on the factibility of it set in motion of the project.

INTRODUCCIÓN

Guayaquil, así como el resto de las ciudades costeñas está privilegiada por su clima tropical, según datos del Instituto Nacional de Meteorología y Climatología (INAMHI), la ciudad presenta un rango de temperatura que oscila entre 18^{o}C a 30^{o}C en verano y de 22^{o}C a 34^{O}C en invierno; es decir, caluroso en todo el año. Por otra parte, es considerada como ciudad cosmopolita y capital económica del país; con un millón novecientos ochenta y seis mil habitantes formando una sociedad que se caracteriza por estar ávida de novedades y consumista, situación que la hace interesante para la actividad económica

Dadas las altas temperaturas que se presentan en la ciudad, la demanda de helados es constante en verano, creciendo significativamente durante los meses de invierno, de manera que su venta es una actividad muy productiva, con mercado en toda la urbe y en todos los estratos socioeconómicos. Además, considerando la población, las heladerías existentes no cubren totalmente con su demanda, y, si bien es cierto, lanzan al mercado nuevos productos constantemente, no satisfacen el espíritu de novedades que caracteriza al cliente guayaquileño. En el caso de los helados, el uso de una franquicia sería interesante y conveniente, porque permite usar un sistema que por las características del consumidor guayaquileño estaría brindado calidad, marca de prestigio y novedad, cualidades muy apreciadas en la ciudad.

1. <u>DIPPIN`DOTS</u>

1.1Antecedentes

El helado ha existido desde la edad media, en que se preparaba, al igual que hoy, de manera muy elaborada. A finales de la década de los 80´s, el microbiólogo Curt Jones empezó la búsqueda de un método que evite la preparación lenta y tradicional del helado. Dados sus conocimientos, usó la técnica de la criogenía, método de congelación que usa temperaturas extremadamente frías, logrando así los primeros helados Dippin´dots, caracterizados por sus formas de pequeñas bolitas que intensifican su sabor.

En 1988, el Dr. Jones empezó a comercializar el producto, llamándolo el helado del futuro. Por sus características de sabor, forma y originalidad, rápidamente se convirtió en el favorito del público consumidor, lo que permitió que la idea se plasme en un sistema de franquicias, colocándose en centros comerciales, estadios, ferias, etc., en todo el mundo.

Actualmente, es tanta la demanda que sólo en la casa matriz de Dippin´dots, en Paducah, Kentucky, Estados Unidos, se produce más de 30 000 litros de helado por día, que son transportados a los diferentes puntos de venta.

1.2 Cualidades

Los helados Dippin´dots vienen en su clásica presentación de bolitas, cuyos sabores varían dependiendo de su tipo, mantiene la frescura de su stock y productos helados a través de rigurosos procesos de revisión. Debido a su alta calidad Dippin´dots ha recibido el sello de aprobación de las siguientes autoridades de los Estados Unidos: USDA y FDA, y los productos están certificados como productos Kosher y Pareve.

1.3. Franquicias

Las franquicias, son unas formas de licenciamiento bajo un contrato entre dos empresas para operar un negocio, al amparo de una marca establecida y bajo reglas específicas. Así, estas concesiones o licencias, son acuerdos contractuales mediante el cual una compañía matriz (franquiciadora) le concede a una pequeña compañía o a un individuo (franquiciado) el derecho de hacer negocios en condiciones específicas. El franquiciador tiene el derecho de nombre o de marca registrada y le vende el derecho a un franquiciado; conociéndose a esto como licencia de producto. De esta manera, se logra el máximo impacto en el mercado con una mínima cantidad de inversión

1.4. Ventajas y desventajas de la franquicia

Ventajas: reputación, capital de trabajo, experiencia, asistencia gerencial y administrativa y consejo y asesoría financiera, utilidades, motivación, resultados, propiedad de una sola persona
Desventajas: grandes costos sobre los derechos, menos independencia, estandarización, lentitud, cancelación, control, competidor, ganancias compartidas, regulación administrativa y efecto de cola

1.5 Datos globales

Brasil, México, Argentina, Chile y Venezuela son los cinco mercados más importantes de Latinoamérica. Juntos poseen 73 000 puntos de venta propios o franquiciados, 87 % de ellos en Brasil y México. La facturación de los cinco países se aproxima a los 24 500 millones de dólares.

2. PROPUESTA

2.1 Situación Actual del Mercado de Comidas Rápidas para las Franquicias en Ecuador

Ecuador es una plaza cada vez mas atractiva para diversos negocios, y al parecer uno de los mas prósperos es el de las franquicias, gran ejemplo de esto es el surgimiento de diferentes locales de este tipo, especialmente de comida rápida en los sectores comerciales de las principales ciudades del país, los mismos que podemos encontrar en cualquier ciudad del mundo.

Una de las razones que se atribuyen a este boom de franquicias es la crisis económica por la cual los empresarios no se arriesgan a invertir en nuevos negocios y prefieren una opción que ya ha sido probada en el exterior. Actualmente también hay empresarios locales que han visto en las franquicias una manera de fortalecer su presencia en el mercado dada el ataque de la competencia extranjera.

2.2. Procedimiento para el Análisis del Estudio de Mercado

El sector objetivo para la recopilación de los datos, es la zona urbana de la Ciudad de Guayaquil con una población de 1’986.000 hab; específicamente dentro de los centros comerciales Riocentro Los Ceibos y San Marino ya que nuestro local estará ubicado dentro de uno de los centros comerciales del norte de la ciudad y debido a que esta enfocado a un nivel socio-económico alto. La encuesta recopiló datos sobre el comportamiento de compra de los clientes potenciales, preferencias de compra, frecuencia de compra entre otros

2.3Estudio De Mercado

- **Atributos del Producto: Diferente presentación y sabores**

  Presentación: vaso de 8 onzas y 11 onzas

  Sabores: Helados de crema con sabores de vainilla, banana Split, cacahuate, café, fresa, horchata, cookie and cream, pastel de queso con fresa, piña colada, chocolate-menta y chicle

- **Tecnología única y avanzada en su fabricación**

  Criogenía: método de congelación que se caracteriza por utilizar temperaturas extremadamente frías

- **Calidad del Producto**
  - Pasteurizado y Homogenizado
  - Certificados como productos *Kosher y Pareve*[1].
  - Aprobados por autoridades de los Estados Unidos como: *USDA y FDA*[2]

2.4 Diseño del Producto

- Presentación: Bolitas de helados, cuyos sabores varían dependiendo de su tipo

- Nombre de la marca: *Dippin´dots*
- Distribución: Islas en centros comerciales

2.5 Comercialización

El estudio de mercado realizado para este proyecto determinó que la comercialización de los productos debe hacerse por medio de una isla, la misma que deberá ser colocada en el centro comercial San Marino, por el segmento que cubre.

2.6 Promoción

- **Televisión**: 2 spot publicitarios por semana
- **Periódico:** media página los fines de semana en la sección del Gran Guayaquil, del diario El Universo
- **Semanarios:** Notinorte y Albonoticias
- **Degustación***:* en el área de nuestro local comercial

2.7 Planeación Estratégica

- **Misión**

[1] Es un certificado de calidad el cual avala que los productos que se requirieron para su elaboración están dentro de las normas de la calidad.
[2] USDA(United State Department Agriculture), http://www.usda.gov/wps/portal/usdahome; FDA(Food and Drug Administration), http://www.fda.gov/

Devolver a las familias la tradición de comer helados juntos, bajo un esquema divertido y sabroso.

- **Visión**

Llevar nuestro helado a nivel nacional logrando satisfacer a nuestros clientes

2.8 FODA

- **Fortalezas:** Respaldo de una marca con experiencia a nivel internacional, procesos establecidos y aplicados en otros mercados, frescura de stock y productos helados a través de rigurosos procesos de revisión, Certificaciones de calidad reconocidas a nivel mundial, Crédito Dippin' Franquicias para realizar la inversión inicial
- **Oportunidades:** Crecimiento del mercado de helados y postres fríos en la ciudad de Guayaquil, Construcciones de Importantes Centros Comerciales con visión "Life Style" , Sistema de negocios por franquicias ha alcanzado un explosivo desarrollo en estos últimos años
- **Debilidades:** Costo de entrenamiento en el exterior, costo alto del producto criogenía
- **Amenazas:** Competencia posicionada y especializada, marcas importantes en el mercado como competencia, segmento al que está dirigido, situación económica del País ha afectado a todos los estratos sociales.

3. ANÁLISIS FINANCIERO

3.1 Inversión y Financiamiento

Para la adquisión de la Franquicia Norteamericana "Dippin´ Dots" de heladerías se decidió un horizonte de planeación de 5 años, dados los siguientes factores. La Franquicia Norteamericana "Dippin´ Dots" tiene una vigencia de 5 años; con opción de renovación del contrato a 10 años; según los administradores de la franquicia ya que ellos deberán realizar una evaluación del manejo de esta durante el tiempo de vigencia. Los activos que utilicemos serán 2 serving freezer (mostrador), 1 storage freezer (congelador), y la caja registradora estos tendrán una vida útil de 5 años; la licuadora, la computadora tendrán una vida útil de 5. años debido a los avances tecnológicos y la alta calidad de la franquicia.

3.2 Financiamiento

Se tomara en cuenta, que cada vez es más complicado conseguir fuentes de financiamiento por lo que es conveniente iniciar el proyecto con los recursos financieros provenientes del crédito a través de la banca privada además de recursos propios; en lo posterior a medida que el tiempo transcurre estos recursos serán cubiertos por los ingresos generados por las ventas.

- **Aporte de Capital**

Para la implementación del proyecto el franquiciado deberá aportar con un capital propio de USS 45,000.00 lo que representa 64.29% de la inversión inicial y el resto de la inversión será cubierto por el crédito.

❖ **Crédito**

El resto de la inversión inicial del proyecto se obtendrá con un crédito de banca privada (Banco de Guayaquil) por un valor de USS 35,000.00, representando un 43.75% de la inversión inicial. La tasa anual del crédito considerara en de 13.40% con un plazo de 5 años y pagos anuales.

3.3 Presupuesto de Ingreso de Ventas

El cálculo del ingreso de ventas lo hemos tomado con base en la competencia directa Baskin Robbins, ya que esta es otra franquicia norteamericana que va directamente al segmento de mercado que hemos optado capturar que es el Nivel socio-económico medio-alto y alto.

3.4 Parámetros Básicos para las proyecciones de los Estados Financieros

Sobre el análisis de mercado se tiene: Una tasa de crecimiento de la población del 1.48%.
El precio del helado estará dado por la misma franquicia como ha sido mencionado anteriormente, además de esto el costo del helado será en base al valor individual de cada tubo de helado, más el valor impuesto por la aduana.
Los sueldos estarán en función del estudio realizado, dado que según la Consultora financiera Price Waterhouse todos los sueldos de este tipo de compañías se encuentran en un porcentaje menor al cuarto percentil, además de esto la competencia directa Baskin Robbins, actualmente paga un sueldo alrededor del mencionado.
La franquicia exige el pago por concepto de regalías del 4% de las ventas anuales, la depreciación es calcula por el método de línea recta y con un valor de salvamento del 20%.Los gastos Financieros son los intereses generados por el préstamo realizado a la entidad bancaria, Banco de Guayaquil

CONCLUSIONES

- Luego del análisis detallado de los estados y herramientas financieras, se determino que el proyecto de “Implementación de la franquicia norteamericana de helados Dippin Dots en la ciudad de guayaquil” es factible y ampliamente rentable, con un VAN de $ $ 98.524,03, una Tir de 54,98% y un periodo de recuperación de 2 años.

- A nivel mundial, el uso de las franquicias se ha popularizado porque representa un éxito seguro en los negocios. En el Ecuador esta cualidad también es aprovechada y en la actualidad existen muchas empresas que trabajan usando esta modalidad. Esto hace que su implementación sea factible para formar un negocio rentable en la ciudad de Guayaquil.

- Por las características de su clima, calido y su gente, en busca de novedad especialmente en la comida rápida, Guayaquil es el lugar indicado para poner un negocio de helados.

- Aunque existen algunas franquicias de helados en la ciudad, la de Dippin Dots satisface los requerimientos del consumidor Guayaquileño, por su presentación, sabor, pero, principalmente por sus características de preparación, como es el uso de la criogenia.

- Para el éxito del negocio, se debe tener cuidado con la variable "precios", ya que es muy sensible a pequeñas variaciones, aunque no es una condición de preocupación porque la misma franquicia no permite variaciones en los precios.

- Se observa que un aumento en los niveles establecidos de costo de ventas traería consigo una disminución considerable del VAN por lo podemos concluir que el proyecto es muy sensible a la variación del costo de venta.

BIBLIOGRAFÍA

[1]. Dí Constanzo, Juan; VILLALTA, Alejandra; Càrdenas, Donato; "DESARROLLO DE SISTEMA DE FRANQUICIAS", 1era. edición, Mc Graw Hill, 1997.
[2] http://www.dippindots.com/franchise/index.asp
[3] http://www.franquicias.com
[4] LAMBIN, Jean – Jacques, Marketing Estratégico, tercera edición.

Ing. Oscar Mendoza Macias
DIRECTOR DE TESIS