Jose Edgardo Guerrero Gonzales - edgardo_guerrero1@hotmail.com.

ESTUDIO DE MERCADO

PROYECTO: PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE PAJILLAS

INDICE

Temas.	Paginas.
Introducción	3
La historia de la pajilla	4
Definición del producto	5
Descripción de la marca del producto	8
Mercado de materia prima e insumos	9
Mercado de comercialización del producto	12
Perfil del cliente	13
Análisis de la demanda	13
Proyección de la población	14
Determinación del consumo per cápita	15
Calculo demanda potencial	15
Calculo demanda real	16
Análisis de la oferta	16
Análisis de la competencia	18
Análisis FODA de la competencia	23
Ampliación e ingresos de nuevas empresas	24
Determinación de oferta presente y futura	24
Análisis del precio del producto	25
Proyección de ventas	28
Sistema de distribución	28
Estrategias de mercado	31
Mezcla de Marketing	32
Conclusiones	34
Cuadros	35
Anexos	40

INTRODUCCIÓN

El presente estudio de mercado se centra en la factibilidad de un proyecto de inversión que trata sobre la fabricación y comercialización de pajillas en el mercado de San Pedro Sula

El mismo proporciona información relevante para el inversionista sobre la situación real del mercado, en cuanto a la competencia existente, gustos y preferencias del consumidor, demanda y oferta actual y proyectada, canales de distribución utilizados, estrategias de mercadeo y pronósticos de ventas, así como otros datos que pertenecen a este estudio, con el fin de determinar la viabilidad del proyecto, a un margen razonable de rentabilidad.

LA HISTORIA DE LA PAJILLA

Marvin Stone, un fabricante de cargadores de papel para hacer cigarros, creo el proceso básico para hacer pajillas en 1888, Stone quien tenia una fabrica en Washintong DC, gusta de visitar las tabernas después del trabajo, para tomarse su usual "Mint Julep", que era una bebida helada hecha en base a hojas de menta fermentada.

Debido a que la bebida perdía su sabor cuando se calentaba, la personas tomaban la bebida con pajillas hechas de pajas de centeno, para no tocar el vaso y evitar que el calor de la mano lo calentara y se perdiera el sabor de la bebida, pero al beberlo así, muchas veces las bebida tenia saber a centeno mas que a menta.

Stone observo una conexión entre el proceso de hacer cargadores de papel para hacer cigarros y el hecho de hacer un pajilla de papel, el comenzó Enrollando pedazos de papel alrededor de un lápiz y pegándolos todos juntos, luego experimento con papel de Manila parafinado, para evitar que al beber el liquido la pajilla se humedecida lo que paso con las de papel.

Deduciendo que ha las personas también les gustaría beber limonada con una pajilla, Stone diseño una pajilla de 8 ½ pulgadas de largo, con un diámetro los suficientemente ancho para evitar que las semillas de los limones se aspiraran a través de ellas, la cual según su opinión seria la medida mas optima para las pajillas.

Stone patento su pajilla el 3 de enero de 1888, y para 1890 muchos de los empleados de la fábrica de Stone estaban haciendo mas pajillas que cargadores de papel para hacer cigarros, en 1906, ocho años después de su muerte su empresa invento la primera maquina para hacer pajillas, movida por vapor.

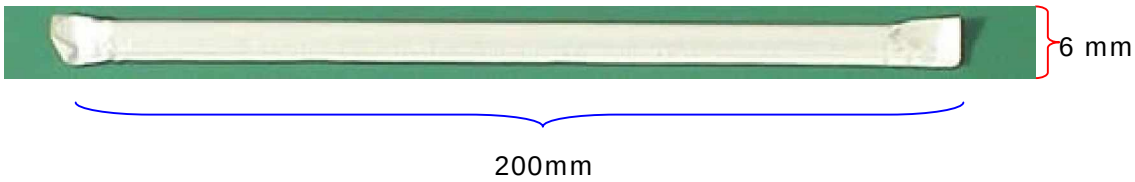
La pajilla actual ha evolucionado mucho desde su invención, no solo en cuanto al material del que esta hecha, hoy en día se usa polipropileno en su fabricación, si no que en color y diseño satisfaciendo las necesidades y expectativas de los clientes.

DEFINICION DEL PRODUCTO

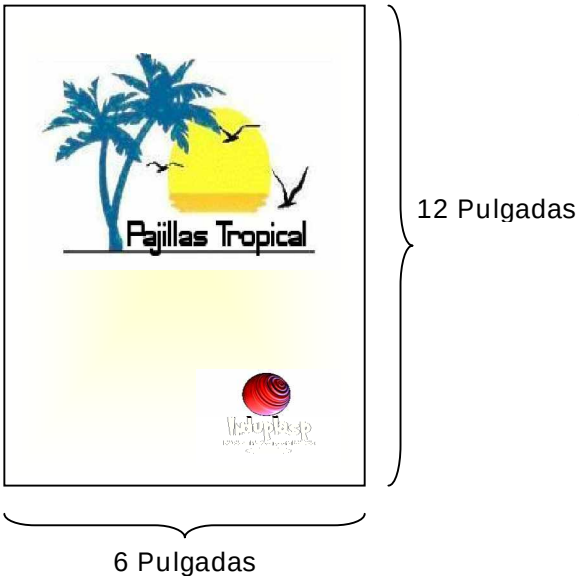
El producto ha desarrollar con este proyecto tendrá las siguientes características: La pajilla que producirá y comercializara la empresa estará hecha de polipropileno (PP) virgen transparente, tendrá las siguientes medidas: 200mm de largo y un diámetro de 6 mm, cada pajilla estará forrada individualmente con un papel especial para empaque de 27mm de ancho por 230mm de largo.

Las pajillas se agruparan por 55 unidades, las cuales conformaran un paquete, y se empacaran con un film plástico transparente especial hecho de Polipropileno Orientado (OPP), el paquete tendrá las siguientes medidas: 12 pulgadas de largo por 6 pulgadas de ancho, el mismo tendrá impreso la marca de la pajilla en la parte superior y el logo y datos de la empresa en la parte inferior derecha, estos serán empacados a su ves en fardos de 50 paquetes cada uno. El fardo será una bolsa plástica lisa hecha de polietileno y tendrá las siguientes medidas 18 pulgadas de ancho por 20 pulgadas de largo y 3 pulgadas de fondo.

Diseño Producto.



Diseño del empaque.



Composición del producto.

1. Polipropileno Virgen.
2. Papel de 27mm x 230mm
3. Film plástico de 12 x 6”
4. Bolsa nylon de 18 x 20 x 3

Fardos.

Otras Generalidades del producto.

La Pajilla es un cilindro plástico fabricado de polipropileno (PP) virgen o paletizado, que puede ser de distintos colores, los más comunes son los tonos pasteles, con medidas de 6 a 10 pulgadas de largo y con un diámetro de 3 a 8 milímetros, el cual se utiliza como producto complementario para tomar bebidas generalmente frías.

Este producto viene en las siguientes presentaciones:

Pajillas forradas con papel, en cajas de 500 Unidades y

Pajillas sin protección, por fardos de 50 paquetes y cada Uno consta de 55 unidades.

Existen dos tipos de pajillas que se comercializan en el mercado, la cuales son:

Las Pajillas Flexibles

Las pajillas Rectas

La pajilla es un producto que se utiliza básicamente por higiene y comodidad del consumidor, el cual da un valor agregado al producto principal.

Es un producto utilizado en varios establecimientos comerciales, restaurantes, franquicias de comida rápida, Hoteles, y lugares en donde se consuma bebidas frías.

La pajilla se le conoce también como popote, sorbete, pitillo nombres poco usuales para los hondureños.

DESCRIPCION DE LA MARCA

MARCA:

Se determino dicho nombre para el producto, ya que fue la marca con mayor aceptación y agrado del consumidor meta.

La empresa opto por el nombre "Pajillas Tropical" en vista que representa un nombre fácil de recordar que logra un posicionamiento en la mente del consumidor, da la sensación de frescura y naturalidad, identificando el producto físico como ser la pajilla.

LOGOTIPO:

En base a la marca y gusto del consumidor el logotipo muestra un ambiente tropical que identifica y distingue el producto.

COLOR:

Son colores de verano que atraen la atención del cliente y resaltan la presentación del producto.

MERCADO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS.

La Materia prima e insumos básicos para la fabricación de la pajilla son:

- Polipropileno Virgen (PP)
- Papel de Empaque de 27MM
- Film Plástico OPP
- Bolsa de polietileno de 18 x 20 x 3
- Agua para uso industrial

Polipropileno Virgen.

Actualmente en San Pedro Sula, existen 3 empresas que distribuyen este tipo de material:

- Central American Recicling,
- Maplast.
- Traiding Material And Supplies,

Las cuales lo venden por sacos de 25kgs hasta contenedores de 20 toneladas métricas, estas empresas mantienen un volumen de inventario relativamente alto, el tiempo de entrega del producto es de inmediato y otorgan crédito a 30 días, depende de la cantidad de producto pedido, este material no es toxico, lo que aseguraría la disponibilidad de esta materia prima.

También este producto se puede importar de países como Estados Unidos, Venezuela, México y Medio Oriente. El costo de la importación de esta materia prima comparado con el precio del mercado local, es solamente un poco superior.

Se determino que por las facilidades y comodidades que dan los distribuidores nacionales, y en vista que para la puesta en marcha de este proyecto no serán necesarias cantidades significativas de esta materia prima, se decidió que las compras del polipropileno se harán en el país.

Papel para enfundar pajillas.

Para forrar las pajillas individualmente es necesario un tipo de papel especial, parecido al que es utilizado para la elaboración de los cigarros, este papel se compra por bobinas de 27mm de ancho y con un largo de 7000 metros.

Debido a las características especiales y requerimientos de calidad de este tipo de material, no existen en el país empresas que los distribuyan o lo fabriquen.

Estas bobinas de papel se pueden importar de países como China, Corea, Brasil o Estados Unidos, con un costo de importación relativamente cómodo.

En vista todo lo anterior se decidió que este material será importado.

Film Plástico OPP.

Para la elaboración de los paquetes de pajillas, es necesario un Film plástico hecho de OPP, este material se compra por bobinas con medidas de 260mm de ancho por 4000 metros de largo y con un espesor de 18 micrones.

En el mercado nacional existen fábricas de plástico que podrían producir este material, pero no con los requerimientos de calidad e higiene que se requiere para el empaque de las pajillas.

Estas bobinas de film se pueden importar de países como China, Corea y Estados Unidos, y el costo de importación es relativamente cómodo, adicional a esto, las empresas que fabrican este tipo de material, distribuyen las bobinas de papel también, por lo que ofrecen comodidades para la importación de ambos, en cuanto a cantidad y costos de transportación.

En vista que el producto fabricado en el país no reúne los requisitos de calidad e higiene necesarios, se decidió que para la puesta en marcha del proyecto este material se importara.

Bolsa para empaque de 18 x 20 x 3.

Para la elaboración de los fardos de pajillas es necesario el uso de una bolsa plástica hecha de polietileno con 18 pulgadas de ancho por 20 pulgadas de largo, 3 pulgadas de fondo, este material se compra por libras.

En San Pedro Sula existen dos empresas que producen este tipo de bolsa, Plásticos Gamos y Plásticos Vanguardia, empresas con largo recorrido en este tipo de mercado y de liderazgo reconocido.

Debido a las investigaciones realizadas por el equipo de trabajo, se decidió que la bolsa se comprara a Plásticos Gamoz por ofertar un precio menor.

Agua.

Otro Insumo necesario para la fabricación de las pajillas es el agua, necesaria para el enfriamiento y sellado de la pajillas, la unidad de medida con la se comercializa en el metro cúbico.

En San Pedro Sula, el administrador de este insumo es la Empresa Aguas de San Pedro, y en la ciudad no existen problemas con la distribución del mismo.

MERCADO DE COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO

Se Determino que el producto de la empresa se comercializara en la ciudad de San Pedro Sula, Y sus alrededores.

Se tomo la decisión de escoger esta ciudad por las siguientes razones:

1. Es una de las ciudades donde se concentra el mayor índice de población económicamente activa.

2. La ciudad se encuentra situada dentro de la región donde se concentra la mayor parte de las industrias del país, y cuenta con una cantidad considerable de Hoteles, Restaurantes, Cafeterías y Kioscos, clientes potenciales en la compra de pajillas.

3. Por su fácil accesibilidad a otros mercados de la Región, tomando en cuenta que posee la mejor infraestructura del país.

4. Facilidad en la adquisición de material prima e insumos sea local, nacional o internacional.

5. Accesibilidad a la Mano de obra.

PERFIL DEL CLIENTE

Los clientes potenciales de la empresa son:

Clientes Directos

Hoteles, Restaurantes y Cafeterías, ubicados en la ciudad de San Pedro Sula, Cortes, que vendan bebidas frías y que hagan uso de este producto complementario, y con un consumo mínimo de 50 fardos de pajillas al mes.

Distribuidores Mayoristas.

Empresas distribuidoras y comercializadoras al por mayor, como Bodegas de abarrotes, supermercados y distribuidoras de plásticos, ubicadas en la ciudad de San Pedro Sula, Cortes, que comercialicen y distribuyan pajillas, con un consumo mínimo de 50 fardos al mes.

ANALISIS DE LA DEMANDA

Según los datos obtenidos en la investigación de campo realizada se determino, que el uso de la pajilla al tomar una bebida es mas común en las personas del sexo femenino que el masculino, las razones manifestadas para su uso, es higiene y comodidad, mientras que las

Personas del sexo masculino manifestaron que no usan la pajilla básicamente por que no la consideran necesaria ni importante.

Así mismo se determino que el consumidor final tiene más preferencia por la pajilla forrada con papel, por que considera que es más higiénica que las pajillas lisas sin protección, y en promedio consume 2 bebidas frías por día.

Los lugares en donde se consumen más pajillas, según su orden de importancia, son: restaurantes de comida rápida, restaurantes de Comida nacional e internacional y cafeterías.

Algunos Restaurantes y Hoteles con alto consumo de este producto gustan de personalizarlo, imprimiendo el logo de su empresa en el forro de papel de las pajillas.

Se determino que la frecuencia de compra de este producto es quincenal, y los grandes consumidores del mismo la adquieren directamente con las fábricas productoras y/o distribuidoras.

Para efectos de determinar la demanda del consumo de pajillas en el sector de San Pedro Sula y sus alrededores, se realizaron los cálculos de la manera siguiente:

Proyección de la población

Para la proyección de la población de San Pedro Sula , se acudió a la base de datos que maneja actualmente el Instituto Nacional de Estadisticas de Honduras, INE, donde proporcionaron la proyección de la

Población para esta ciudad a 5 años, la cual refleja un crecimiento porcentual del 4.0% anual, (Ver Cuadro # 14 de la Memoria Técnica)

Determinación del consumo Per cápita mensual de pajillas por fardos.

El calculo del consumo per cápita mensual de pajillas por fardos, se determino primeramente de los datos obtenidos en la investigación de campo hecha al consumidor final, en donde se le pregunto , cuantas bebidas toma en un día normal haciendo uso de una pajilla.

Se determino que una persona normal consume en promedio 2 bebidas al día haciendo uso de este producto, con dicho promedio diario se calculo el consumo mensual de las pajillas por unidades.

Dicho resultado mensual, se divido por 2,750, que es el total de pajillas por fardo, este producto se dividió a su ves por el total de las unidades muéstrales, obteniendo un consumo per cápita mensual de 0.0214 (Ver Cuadro # 8)

Cálculo del la demanda potencial.

Según la investigación de mercado realizada en la ciudad de San Pedro Sula se determino que un 75% de los encuestados utiliza este producto.

Para determinar la demanda potencial total en la ciudad de San Pedro Sula, se tomo el 75% de la población proyectada para esta ciudad, que es el porcentaje que representan las personas que utilizan este producto, para los años 2006 al 2010. (Ver Cuadro # 9)

Este resultado se multiplico por el consumo mensual per cápita, y este por 12 meses, para de esta manera obtener la demanda potencial anual de la pajilla. (Ver cuadro # 10)

Cálculo de la demanda real.

Una vez obtenida la demanda potencial proyectada para cada año se sustrajo la oferta estimada para estos mismos, quedando así la demanda real. (Ver cuadro # 11)

ANÁLISIS DE LA OFERTA.

Para tener un enfoque más amplio sobre la fabricación y comercialización de Pajillas es necesario conocer a la competencia local, de la mejor manera posible, en cuanto a precios, calidad, servicios, Políticas de ventas, variedad y ubicación geográfica, que les permitan a los consumidores la fácil adquisición de estos productos.

Mediante la investigación de campo se determino que dos de la principales empresas que lideran este mercado importan la pajilla, de países como México, Estos Unidos y Guatemala, básicamente por que el tipo de pajilla que requieren clientes importantes como Hoteles y restaurantes, no es producida en el país con los requerimientos de calidad y volumen de producción requeridos por ellos.

Productos sustitutos.

Actualmente en el Mercado de San Pedro Sula, no existen productos sustitutos de las pajillas.

Determinación de aspectos críticos de la competencia

Los factores claves que determinan el éxito de un competidor en este mercado son:

- Capacidad técnica para mejorar los procesos de producción
- Costo bajo de producción
- Satisfacción del cliente.
- Calidad
- Personalización del producto
- Canales de distribución eficaces
- Atención de calidad a los clientes.
- Disponibilidad de inventarios.

Importaciones y Exportaciones.

Según la investigación realizada, actualmente en el país no se registran exportaciones de este producto.

En cuanto a las importaciones, según a la información obtenida en la Dirección General de Aduanas, las empresas que mas importan este producto, para el mercado de San Pedro Sula, son Distribuidora Mayab y Distribuidora Internacional, se calcula que las importaciones de las pajillas son de 57,000.00 fardos por año aproximadamente, (la información que proporcionaron no es del todo exacta debido a que no se cuenta con un dato estadístico de este producto, ya que el mismo esta dentro de una partida arancelaria en la cual abarca otros utensilios plásticos desechables como ser cucharas, cuchillos y tenedores plásticos, por lo cual es difícil cuantificar las importaciones de pajilla.)

Análisis de la competencia.

Se determino que las empresas que actualmente fabrican y comercializan la Pajilla en sus diversas presentaciones, en la ciudad de San Pedro Sula, son:

- Distribuidora Mayab.
- DIAPA
- Distribuidora Internacional.
- FICASA.
- IMPROPLASP.

Siendo las más importantes en este ramo:

- Distribuidora Mayab,
- FICASA
- Distribuidora Internacional

Distribuidora Mayab.

Es una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos para consumidor final e industrial, dentro de los cuales se encuentra la pajilla, sus Oficinas principales están ubicadas en la Ciudad de San Pedro Sula, Bo el Benque, 8 AVE , 4 – 5 Cll, S.O., Contiguo a Farmacia Barletta, Teléfono # 557-4920 y 550-5263. Su propietaria y Gerente es la Sra., Magdalena de Barleta.

Marcas y precios de productos Comercializados.

La pajilla que comercializan actualmente es importada de Estados Unidos y México principalmente, distribuyen dos tipos de presentaciones, pajilla forrada con papel en cajas de 500 unidades, la cual vende a un precio de L. 48.00 por caja, la pajilla lisa sin protección a un precio de L. 43.00 por fardo de 50 paquetes.

Nivel Tecnológico

Esta empresa no tiene tecnología para la producción de pajillas ya que solo es un distribuidor.

Cobertura de Mercado.

Esta empresa Cubre alrededor del 47% del mercado Local, también distribuye la pajilla a nivel nacional, colocándose en el primer lugar en la preferencia del consumidor intermediario. La mayor parte de su producto lo distribuye en Hoteles y Restaurantes de la ciudad,

Ventas Mensuales.

Actualmente esta empresa vende un promedio de 1,818 fardos de pajillas forradas con papel y 2,000 Fardos de pajillas lisas al mes.

Políticas de Ventas.

Actualmente esta empresa tienen las siguientes políticas de ventas:

- Crédito a 30 días.

- Descuento de 3% por pronto pago,
- Descuento de 2% por volumen de compra arriba de 500 fardos

Su sistema de distribución:

Actualmente hacen uso de un solo canal de distribución,

Fabricante – Intermediario Mayorista – Cliente Directo.

Fibras del Caribe, S.A, de C.V.

Es una empresa dedicada a la producción y comercialización de pajillas, sus oficinas principales y planta de producción están ubicadas en la Ciudad de Villanueva, Desvió Residencial Monte Maria, dos Caminos, Cortes, Teléfono # 574-8391, es una sociedad anónima, actualmente su gerente general es el Lic Mario Serna.

Marcas y precios de productos Comercializados

Poseen dos marcas de pajillas "Mariposa y Arco Iris", distribuyen dos tipos de presentaciones, pajilla forrada con papel en bolsas de 50 unidades, la cual vende a un

Precio de L. 243.00, el fardo de 50 paquetes, la pajilla lisa sin protección a un precio de L. 45.00 por fardo de 50 paquetes.

Nivel Tecnológico.

Actualmente el nivel tecnológico en su planta de producción es semi-tecnificado, ya que algunos procesos, como el de sellado de los paquetes de pajillas, se hace a mano.

Cobertura de Mercado.

Esta empresa Cubre alrededor del 27% del mercado Local, su producto lo distribuye en bodegas, distribuidores de plásticos y supermercados

Capacidad instalada.

Su planta de producción tiene una capacidad instalada de 2,269 fardos mensuales.

Políticas de Ventas.

Actualmente esta empresa tienen las siguientes políticas de ventas:

- Crédito a 15 días y 30 días
- Descuento de 3% por pronto pago,
- Descuento de 2% por volumen de compra arriba de 500 fardos

Su sistema de distribución:

Actualmente hacen uso de un solo canal de distribución,

Fabricante – Dist. Mayorista – Cliente Directo.

Distribuidora Internacional

Es una empresa dedicada a la Distribución y comercialización de productos orientados en su mayoría a las empresas de servicio, Sus oficinas principales están ubicadas en la Ciudad de San Pedro Sula, Boulevard del Sur, Col. Panting, Apdo. postal # 538, atrás del Campo AGAS, Contiguo Almacafe, Teléfono # 556-6440, es una sociedad Anónima, su gerente general es el Lic. Carlos Horacio del Valle

Marcas y precios de productos Comercializados.

La pajilla que distribuyen la importa de Estados Unidos, Guatemala y México, distribuye únicamente la pajilla forrada con papel en caja de 500 unidades, la cual se vende a L. 50.00 por caja

Nivel Tecnológico

Esta empresa no tiene tecnología para la producción de pajillas ya que solo es distribuidor.

Cobertura de Mercado.

Esta empresa Cubre alrededor del 20% del mercado Local, también distribuye la pajilla a nivel nacional, La mayor parte de su producto lo distribuye en Restaurantes, cafeterías y Hoteles.

Ventas Mensuales.

Esta empresa vende un promedio de 909 fardos de pajillas por mes.

Políticas de Ventas.

Actualmente esta empresa tienen las siguientes políticas de ventas:

- Crédito a 30 días
- Descuento de 3% por pronto pago,
- Descuento de 2% por volumen de compra arriba de 500 cajas

Su sistema de distribución:

Actualmente hacen uso de un solo canal de distribución,

Fabricante – Intermediario Mayorista – Cliente Directo

Análisis FODA De La Competencia

Para efectos de mayor compresión de la oferta, a continuación se Presenta un análisis FODA de los principales competidores del mercado.

FORTALEZAS

1. Fuerte posicionamiento del mercado.
2. Productos de calidad.
3. Precios Competitivos.
4. Alta capacidad instalada

OPORTUNIDADES

1. Oportunidad de nuevos mercados con el TLC
2. Oportunidad de acceso a nueva tecnología a precios mas bajos.

3. Extensión de la línea de productos.

DEBILIDADES

1. Nivel tecnológico semi-tecnificado.
2. No prestan atención a las necesidades del cliente
3. Incremento del precio del producto importado

AMENAZAS

1. Ingreso potencial de nuevas empresas con la apertura de las fronteras comerciales.
2. Incremento de los costos de la materia prima.
3. Diversificación del producto

Ampliación e ingresos de nuevas empresas.

Conforme a la investigación realizada en la Asociación de Empresas Productoras de Plástico de Honduras, se pudo conocer que no existen, actualmente tramites para la puesta en marcha de nuevas empresas dedicadas a la producción y comercialización de pajillas, así mismo ellos no tienen información de que las actuales empresas productoras tengan contemplados planes de ampliación de sus plantas productoras, aunque si algunas de ellas como es el caso de FICASA, se han tecnificado mas para cubrir una porción mayor de mercado.

Determinación de la oferta Presente y Futura de la Pajilla.

Para determinar la oferta presente y futura de las pajillas en el mercado de San Pedro Sula, se procedió ha realizar la proyección en base a la información obtenida de la encuesta aplicada a los intermediarios, los

Cuales consumen en promedio 110,000 fardos por año, cifra que fue comparada con los datos de ventas investigados por el equipo de trabajo de los tres principales competidores del mercado.

Con el objetivo de realizar una proyección de la oferta lo más apegada a la realidad se procedió a investigar, en la Dirección Ejecutiva de Ingresos y en la Municipalidad de San Pedro Sula, el porcentaje de crecimiento promedio anual de empresas intermediarias en la venta de pajillas, (Bodegas de abarrotes, supermercados, distribuidoras de plásticos), ubicadas en la ciudad de San Pedro Sula, según la información proporcionada por la Lcda. Ada Muñoz jefe de control de ingresos de la Municipalidad, el incremento promedio anual en este tipo de negocios es del 3%, mas o menos 5 establecimientos mas por año, se toma este porcentaje como base para determinar el comportamiento de la oferta en los próximos cinco años. (Cuadro # 12 y 13)

ANÁLISIS DEL PRECIO DEL PRODUCTO:

Se determino a través de la investigación de campo, que el precio de la pajilla lisa sin protección oscila entre L. 43.00 y L. 45.00, el fardo de 55 paquetes y el de la pajilla forrada con papel entre L. 270.00 y L. 275.00, el fardo de 2,750 unidades.

Como se podrá notar el precio de las presentaciones de las pajillas entre el competidor no varia mucho entre ellos, esto demuestra que la base de la competencia en este mercado esta en la calidad, atención al cliente, personalización del producto y políticas de ventas.

Se determino en la encuesta hecha a los intermediarios que el precio

que ellos estarían dispuestos a pagar por las dos presentaciones de la pajilla, es de L. 45.00 por fardo de pajilla lisa y L. 264.00 por fardo de 2,750 unidades de pajilla forrada con papel, precios que no varia mucho a los que actualmente se ofrecen en el mercado.

Para la fijación del precio del producto se deben considerar múltiples factores, dentro de los cuales están:

- Costo unitario
- Margen de ganancia
- Utilidad razonable del negocio.
- Oferta y demanda

A través de la investigación de campo realizada, se concluyo, que la naturaleza del mercado de las pajillas es de libre competencia, ya que existen múltiples productores - distribuidores y compradores, que adquieren un producto que no tienen mucha diferenciación, a un precio casi uniforme.

Se determino que la estrategia de fijación de precio a emplear será, "Fijación de Precios Basada en la Competencia."

La técnica a emplear, para el ingreso de la empresa al mercado, será la de fijación de un precio menor al de la competencia, el objetivo de la misma es:

- Facilitar el ingreso de la empresa al mercado
- Permitir la obtención de un volumen de ventas importante.
- Obtener una gran participación de mercado.

La empresa mantendrá una estrategia de ajustes de precio la cual contemplara: descuentos por pronto pago y por volumen de compra.

Determinación de Precio.

Se presenta a continuación los precios estimados del producto durante la vida económica del proyecto.

DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTAS
PROYECTO: PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE PAJILLAS

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
I.- COSTOS DE PRODUCCION	3,058,734.50	3,373,708.55	3,610,792.89	3,909,072.64	4,278,722.37
II.- GASTOS DE OPERACIÓN					
GASTOS DE ADMINISTRACION	554,112.83	608,692.89	630,323.15	683,392.94	708,176.24
GASTOS DE VENTAS	365,906.05	399,221.93	420,354.62	455,148.56	491,238.40
III.- GASTOS FINANCIEROS	213,766.47	187,535.83	157,238.51	122,244.04	81,824.19
TOTAL COSTOS	4,192,519.86	4,569,159.21	4,818,709.17	5,169,858.18	5,559,961.20
IV.- UNIDADES PRODUCIDAS	22,129.75	24,180.61	26,381.86	28,742.56	31,272.27
V.- COSTO UNITARIO (FARDO)	189.45	188.96	182.65	179.87	177.79
VI.- MARGEN DE UTILIDAD	80.05	80.54	86.85	89.63	91.71
PRECIO DE VENTA	**269.50**	**269.50**	**269.50**	**269.50**	**269.50**

Proyección de ventas.

El siguiente cuadro se presenta la proyección de las ventas durante la vida económica del proyecto.

PROYECCION DE VENTA ANUALES

PROYECTO: PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE PAJILLAS

Concepto	Unidades Estimadas de venta	Precio de Venta	Total Ventas anuales Lps	ISV	Total Ingreso Lps
Ventas año # 1	22,129.75	269.50	5,963,968.16	715,676.18	6,679,644.34
Ventas año # 2	24,180.61	269.50	6,516,674.33	782,000.92	7,298,675.25
Ventas año # 3	26,381.86	269.50	7,109,910.73	853,189.29	7,963,100.02
Ventas año # 4	28,742.56	269.50	7,746,119.92	929,534.39	8,675,654.31
Ventas año # 5	31,272.27	269.50	8,427,877.57	1,011,345.31	9,439,222.88
Totales.....			**35,764,550.72**	**4,291,746.09**	**40,056,296.80**

SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN

Pare efectos de una mejor comprensión se hacen las siguientes definiciones:

1) Fabricante:

   La empresa cuya actividad económica principal sea la fabricación y Comercialización de la pajilla

2) Cliente Directo.

   Son aquellas empresas que compran la pajilla para uso en la atención de sus clientes como ser: Hoteles, Restaurantes, Cafeterías, etc.

3) Distribuidor Mayorista.
   Son empresas que compran pajilla para su distribución y Comercialización a terceros, como ser Bodegas de abarrotes, Supermercados, distribuidoras de plásticos entre otros.

Se determino que los canales de distribución que hará uso la empresa serán los siguientes:

1. Fabricante – Cliente Directo

La empresa entregara el producto directamente a los Restaurantes, Hoteles, Cafeterías, y franquicias de comida rápida, las que a su ves lo usaran en las operaciones diarias de sus negocios.

2. Fabricante – Distribuidor Mayorista – Cliente Directo.

La empresa hará entrega del producto a distribuidores mayoristas como ser supermercados, bodegas, distribuidoras de plásticos y estos a los distribuidores minoristas para uso del consumidor final.

Ventajas y Desventajas.

Se tomo la decisión del uso de estos canales de distribución ya que le permiten a la empresa tener una mayor cobertura de mercado, mejor control sobre el producto y bajo costo de distribución.

Para una mejor comprensión sobre la determinación del empleo de los canales de distribución arriba mencionados, se hace un resumen de las ventajas y desventajas de los mismos.

Ventajas

- Se incurre en menores costos de mantener una tienda distribuidora.
- El costo de distribución es más bajo, ya que hay menos participación de intermediarios.
- Atención personalizada al distribuidor.
- Una amplia cobertura de Mercado
- La infraestructura de las vías de comunicación que facilita la distribución del producto, en las ciudades a comercializarse.
- Fácil acceso para distribuir a nuestros clientes el producto.
- Permite mantener un fuerza de ventas relativamente pequeña.

Desventajas:

- No se atiende en forma personalizada al consumidor final.
- No se le da seguimiento al consumidor final, para saber si está satisfecho o no con el producto.
- Similitud en el canal de distribución con relación a la competencia, que no nos permite una ventaja competitiva.

Condiciones a negociar con nuestros intermediarios:

Dentro de las consideraciones del empleo de estos canales será necesario negociar las siguientes condiciones con nuestros clientes.

- Margen de ganancia
- Formas de pago.
- Descuentos por volúmenes de venta.

- La imagen del distribuidor.
- Respaldo financiero del distribuidor.
- El traslado del producto a su destino.

ESTRATEGIAS DE MERCADO:

Con el objetivo de obtener la mayor captación de clientes y participación de mercado la empresa se enfocara en:

- Calidad del producto, esta no solo se deben de reflejar en el Producto, si no en todas las actividades que realice la empresa.

- Organización adecuada de las rutas de distribución. Organización de la manera mas eficiente y eficaz los sistemas de distribución de la empresa que permitan satisfacer al cliente en cuanto a tiempos de entrega.

- Atención Personalizada a los mayoristas, manteniendo un inventario de seguridad que nos permita suplir cualquier necesidad imprevista de nuestros clientes, visitas periódicas para conocer las inquietudes del cliente con mayor interioridad.

- Personalización del producto en base a especificaciones del cliente, Con relación a forma, colores, impresiones de marca en el forro de las pajillas, medidas y presentaciones.

- Estrategia de ajuste de precios, descuentos por pronto pago, plazos de crédito hasta 30 días.

- Precio competitivo en base a la competencia. La estrategia de fijación de precio de la empresa será la de un precio menor o igual al de la competencia

MEZCLA DE MARKETING

Para la elaboración y comercialización de la nueva marca de pajillas, en la ciudad de San Pedro Sula, se define cada uno de los elementos de la Mezcla de marketing de la manera siguiente:

Producto:

La Pajilla estará elaborada con las más estrictas normas de calidad y bajo las especificaciones del cliente, se fabricara con polipropileno virgen transparente, su presentación será forrada con papel, y se comercializara en fardos de 50 paquetes de 55 unidades cada uno, la marca de la pajilla será "Pajillas Tropical".

Precio:

El precio del producto estará fijado bajo la estrategia de "Fijación de Precio en base a la competencia"; optando por la técnica de la fijación de un precio menor.

Plaza:

El producto se comercializara utilizando dos canales de distribución, 1) cliente directo y 2) distribuidores mayoristas.

Promoción:

El producto se promocionara a través de visitas técnicas a los mayoristas, en las cuales se les ofrecerán muestras del producto, así como un brochure informativo sobre la calidad, personalización del producto, medios de distribución, precios y políticas de crédito. (Ver Anexo # 1)

CONCLUSIONES

Después de analizar el mercado a través de un estudio minucioso para conocer el comportamiento de la demanda y oferta de las pajillas se determinaron las siguientes conclusiones:

- Las marcas con mayor preferencia por los clientes dentro del mercado son: Mariposa, Arco Iris, Prisma y las pajillas de importación.

- La mayor parte de las pajillas comercializadas en San Pedro Sula, son importadas.

- Tanto el intermediario y el consumidor final prefiere las pajillas forradas con papel por mayor higiene y comodidad.

- Los lugares donde más se usa la pajilla, según su orden de importancia, son restaurantes de comida rápida, Hoteles, Supermercados y Bodegas.

- Las pajillas transparentes son de mayor aceptación por el consumidor final.

- La frecuencia con que el intermediario mayorista adquiere las pajillas es de manera quincenal.

- El mercado brinda oportunidad de competencia.

CUADROS

Cuadro # 8

Proyecto : Fabricación y Comercialización de Pajillas

Cálculo del consumo per capital mensual de la pajillas por Fardos

Uso Pajillas por Dia	Frecuencia	Consumo Und Mensual	Consumo Paq Mensual	Consumo Fardos Mensual
1	81	2430	44.18	0.88
2	161	9660	175.64	3.51
3	46	4140	75.27	1.51
4	12	1440	26.18	0.52
Totales Mensuales		17670	321.27	6.43
Consumo Percapita Mensual				0.0214

Fuente: Investigación de Campo

Cuadro # 9

Proyecto: Fabricación y comercialización de Pajillas

Determinación de la población que consume pajillas en la Ciudad de San Pedro Sula para los años 2006 a 2010

Años	Población Total	Porcentaje Aceptación	Población Potencial
2006	579,021	75%	434,266
2007	600,634	75%	450,476
2008	623,054	75%	467,291
2009	646,311	75%	484,733
2010	670,436	75%	502,827

Fuente: Investigación de Campo y Base de datos INE

Cuadro # 10

Proyecto : Fabricación y Comercialización de Pajillas

Pronostico de Demanda Potencial en el Mercado de San Pedro Sula, Para el consumo de las Pajillas para los años 2006 a 2010
(Unidades en Fardos)

Años	Poblacion Potencial	Consumo per capita	Consumo Mensual	Consumo Anual
2006	434,266	0.0214	9,301.18	111,614.19
2007	450,476	0.0214	9,648.37	115,780.39
2008	467,291	0.0214	10,008.51	120,102.15
2009	484,733	0.0214	10,382.10	124,585.26
2010	502,827	0.0214	10,769.64	129,235.68

Fuente: Cuadro # 8 y # 9 del Estudio de Mercado

Cuadro # 11

Proyecto : Fabricación y Comercialización de Pajillas

Cálculo de la Demanda Real Proyectada en el mercado de San Pedro Sula para el consumo de pajillas para los años 2006 a 2010
(Unidades en Fardos)

Año	Demanda Estimada	Oferta Estimada	Demanda Insatisfecha
2006	111,614.19	83,952.00	27,662.19
2007	115,780.39	86,470.56	29,309.83
2008	120,102.15	89,064.68	31,037.48
2009	124,585.26	91,736.62	32,848.64
2010	129,235.68	94,488.72	34,746.97

Fuente: Cuadros # 10 y # 13, del Estudio de Mercado

Cuadro # 12

Proyecto: Fabricación y comercialización de Pajillas

Determinación de la oferta presente y futura en el mercado de San Pedro Sula

Para la pajilla en los años 2006 a 2010

(Unidades en Fardos anuales)

Concepto	2006			2007			2008			2009			2010		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C
Capacidad Instalada	45,816	27,228	10,908	47,190	28,045	11,235	48,606	28,886	11,572	50,064	29,753	11,919	51,566	30,645	12,277
Capacidad Utilizada	45,816	21,782	10,908	47,190	22,436	11,235	48,606	23,109	11,572	50,064	23,802	11,919	51,566	24,516	12,277
Futuras Ampliaciones															
Nuevas Empresas															
Total.	45,816	27,228	10,908	47,190	28,045	11,235	48,606	28,886	11,572	50,064	29,753	11,919	51,566	30,645	12,277

A. Distribuidora Mayab
B. FICASA
C. Distribuidora Internacional

Fuente: Análisis de la Oferta.

Cuadro # 13

Proyecto: Fabricación y comercialización de Pajillas

Resumen de la Proyección de oferta Presente y Futura
de la pajilla para el mercado de San Pedro Sula del 2006 a 2010
(Unidades en Fardos)

Año	Oferta Proyectada
2006	83,952
2007	86,471
2008	89,065
2009	91,737
2010	94,489

Fuente: Cuadro # 12 del Estudio de Mercado

ANEXOS