



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

TÍTULO

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE SUMINISTROS DE LA
CONDUCCIÓN DE FLUIDOS DE LA COMPAÑÍA FULL STEEL ACEROS
INDUSTRIALES S.A. – SUCURSAL GUAYAQUIL.**

AUTORES

**Freddy Fabián Barberán Andrade
Claudio Alfonso Gutiérrez Navas**

TUTOR:

Ing. Otto Villaprado Chávez, MCE

Guayaquil, Ecuador

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS
CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Freddy Fabián Barberán Andrade y Claudio Alfonso Gutiérrez Navas, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniero en Administración de ventas.

TUTOR

Ing. Otto Villaprado, MCE.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Guillermo Viteri Sandoval, DS

Guayaquil, a los 27 días del mes de agosto del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, Freddy Fabián Barberán Andrade y Claudio Alfonso Gutiérrez Navas

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE SUMINISTROS DE LA CONDUCCIÓN DE FLUIDOS DE LA COMPAÑÍA FULL STEEL ACEROS INDUSTRIALES S.A. – SUCURSAL GUAYAQUIL” previa a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de ventas, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 27 días del mes de agosto del año 2014

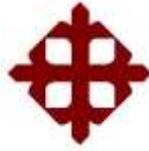
LOS AUTORES

Freddy Fabián Barberán

C.I.: 1307983443

Claudio Gutiérrez Navas

C.I.:0915450639



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

AUTORIZACIÓN

Nosotros, Freddy Fabián Barberán Andrade y Claudio Alfonso Gutiérrez Navas Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: “PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE SUMINISTROS DE LA CONDUCCIÓN DE FLUIDOS DE LA COMPAÑÍA FULL STEEL ACEROS INDUSTRIALES S.A. – SUCURSAL GUAYAQUIL”, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 27 días del mes de agosto del año 2014

LOS AUTORES

Freddy Fabián Barberán

C.I.: 1307983443

Claudio Gutiérrez Navas

C.I.:0915450639

AGRADECIMIENTO

Realmente no hay palabras suficientes que puedan expresar la gran satisfacción del logro alcanzado, que es el producto del esfuerzo, dedicación y constancia a lo largo de este tiempo de estudio.

Ahora, sólo nos queda decir:

Gracias, gracias a Dios y a todas aquellas personas, que directa o indirectamente, contribuyeron a la realización de este proyecto.

Hoy queremos agradecer a Dios, por darnos las fuerzas necesarias para seguir adelante y no rendirnos ante las dificultades, por orientar nuestro camino y poner en él a aquellas personas que nos acompañaron durante este proceso, que hoy termina con éxito.

Gracias a nuestras familias, que nos dieron la oportunidad de realizar nuestros estudios y depositaron su confianza en nosotros; sin duda alguna, a aquellos amigos que nunca nos dejaron abandonar nuestras metas y nos ayudaron a alcanzarlas, a ellos que sin su ayuda no hubiese sido posible llegar hasta aquí.

De igual forma, agradecemos a nuestros profesores y director de proyecto que nos dieron la orientación necesaria para llevar a cabo la definición y culminación de este trabajo, que es el resultado de nuestro título.

Los más sinceros agradecimientos a todas y cada una de las personas, que estuvieron compartiendo con nosotros durante este tiempo de estudio, nos brindaron su apoyo incondicional y que hoy día hacen parte de nuestro logro; muchas gracias.

Freddy Barberán Andrade

Claudio Gutiérrez Navas

DEDICATORIA

Con cariño dedico esta investigación a mi esposa e hijos. A mis padres y demás familiares que son los pilares fundamentales, por su comprensión y apoyo constante.

A Dios por haber concedido un sueño, a mi familia, por su apoyo y paciencia.

En especial a mi esposa Claudia, a mis hijos Fabiana y André; razones supremas de mi existencia por quienes luché todos los días por ser mejor, ellos fueron quienes en los momentos más difíciles me dieron su amor y comprensión para poderlos superar, quiero también dejar a cada uno de ellos una enseñanza que cuando se quiere alcanzar algo en la vida, no hay tiempo ni obstáculo que lo impida para poderlo LOGRAR.

A mis padres Freddy Barberán Torres y Carmen Andrade Mera; a mis queridos abuelos y también padres Haidee Mera Cedeño y Jesús Andrade Loo, quienes con su esfuerzo y sacrificio han sabido guiarme por el sendero del bien y la superación.

A mis amigos y compañeros por el afán mutuo de progreso.

¡Gracias!

Freddy Barberán Andrade

DEDICATORIA

En primer lugar quiero dedicar este trabajo a Dios por bendecirme y hacer mi sueño realidad de alcanzar este tan anhelado título.

A mi madre, Sra. Lucía Navas Montoya, por su enseñanza y amor; aunque no esté conmigo físicamente siempre la recordaré.

A mi padre, Sr. Alfonso Gutiérrez Pincay, que través de su ejemplo me enseñó que la perseverancia y el trabajo se miden con resultados.

A mi Esposa Karina Ruiz Lindao, a mis hijos: Steven, Claudia y Kayra por su paciencia y comprensión durante el tiempo que he dejado de atenderlos debido a mis estudios y trabajo.

A todos mis hermanos que fueron pilares fundamentales para culminar con éxito esta etapa de mi vida.

En verdad les digo mil gracias...

Claudio Gutiérrez Navas

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
CERTIFICACIÓN.....	II
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	III
AUTORIZACIÓN.....	IV
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
ÍNDICE GENERAL	VIII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XIII
RESUMEN EJECUTIVO.....	XIV
ABSTRATC	XV
INTRODUCCIÓN.....	1
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	3
JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	4
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	5
CAPÍTULO I.....	6
1. SEGMENTACIÓN	6
1.1. Mercado meta.....	6
1.2. Macro segmentación	7
1.3. Micro segmentación	8
1.4. Perfil del consumidor	9

CAPÍTULO II.....	10
2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	10
2.1. Análisis PEST.....	10
2.2. Análisis PORTER.....	14
2.3. Población y muestra.....	17
2.4. Selección del tamaño de la muestra.....	19
2.5. Presentación de los resultados.....	20
CAPÍTULO III.....	30
3. PRODUCTO O SERVICIO.....	30
3.1. Características del producto a ofrecer.....	30
3.2. Cadena de valor.....	31
3.3. FODA.....	33
CAPÍTULO IV.....	35
4. PLANES ESTRATÉGICOS.....	35
4.1. Plan de ventas.....	35
4.1.1. Fuerza de ventas.....	35
4.1.2. Promociones de ventas.....	36
4.1.3. Política de pedidos.....	37
4.1.4. Políticas de créditos y cobranzas.....	38
4.1.5. Garantías.....	39
4.2. Relación con la mercadotecnia.....	40
4.2.1. Producto.....	40
4.2.2. Precio.....	41
4.2.3. Plaza.....	42
4.2.4. Promoción.....	43

CAPÍTULO V	47
5. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO	47
5.1. Determinación de la inversión inicial	47
5.2. Fuentes de financiamiento.....	49
5.3. Presupuesto de ingresos gastos y costos.....	50
5.4. Factibilidad financiera	54
5.5. Análisis de sensibilidad.....	56
5.6. Seguimiento y evaluación.....	57
5.6.1. Indicadores a evaluar cumplimiento	57
CAPÍTULO VI	58
6. RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	58
6.1. Base legal.....	58
6.2. Medio ambiente	59
6.3. Beneficiarios directos e indirectos de acuerdo al Plan del Buen Vivir	59
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	61
Conclusiones	61
Recomendaciones	61
BIBLIOGRAFÍA.....	63
ANEXOS	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cálculo de la muestra	19
Tabla 2 Manejo de suministros de acero sanitario	20
Tabla 3 Materiales adecuados	21
Tabla 4 Prioridad en la compra de equipamiento	22
Tabla 5 Importancia de la tecnología en fluidos	23
Tabla 6 Materiales requeridos con mayor frecuencia	24
Tabla 7 Satisfacción en la compra de suministros y materiales de acero.....	25
Tabla 8 Proveedores de materiales de conducción.....	26
Tabla 9 Queja sobre proveedores de materiales de conducción.....	27
Tabla 10 Adquisición de suministros cumpliendo necesidades	28
Tabla 11 Proveedores eficientes de suministros de conducción de fluidos	29
Tabla 12 Catálogo de producto (Línea de aceros industriales)	40
Tabla 13 Lista de precio.....	42
Tabla 14 Inversión en activos fijos	47
Tabla 15 Depreciación	47
Tabla 16 Inversión en capital de trabajo	48
Tabla 17 Inversión inicial	48
Tabla 18 Fuentes de financiamiento	49
Tabla 19 Amortización	49
Tabla 20 Gastos de sueldos y salarios	50
Tabla 21 Gastos de servicios básicos.....	50
Tabla 22 Gastos de ventas	51
Tabla 23 Proyección de gastos fijos	51
Tabla 24 Costos variables en caso de importación	52
Tabla 25 Gastos fijos y variables acumulados	53
Tabla 26 Proyecciones de ventas primer año	53
Tabla 27 Proyección de ventas.....	54
Tabla 28 Flujo de efectivo.....	54
Tabla 29 Flujo de efectivo.....	55
Tabla 30 Análisis de sensibilidad de las ventas	56

Tabla 31 Análisis de sensibilidad de los costos56

Tabla 32 Indicadores57

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Macrosegmentación	7
Gráfico 2 Micro segmentación	8
Gráfico 3 Análisis PEST.....	10
Gráfico 4 Análisis Porter	15
Gráfico 5 Manejo de suministros de acero sanitario.....	20
Gráfico 6 Materiales adecuados	21
Gráfico 7 Prioridad en la compra de equipamiento	22
Gráfico 8 Importancia de la tecnología en fluidos	23
Gráfico 9 Materiales requeridos con mayor frecuencia	24
Gráfico 10 Satisfacción en la compra de suministros y materiales de acero	25
Gráfico 11 Proveedores de materiales de conducción	26
Gráfico 12 Queja sobre proveedores de materiales de conducción	27
Gráfico 13 Adquisición de suministros cumpliendo necesidades	28
Gráfico 14 Proveedores eficientes de suministros de conducción de fluidos	29
Gráfico 15 Cadena de valor	31
Gráfico 16 Ubicación de la empresa	43
Gráfico 17 Revista	44
Gráfico 18 Stand.....	45
Gráfico 19 Facebook	46
Gráfico 20 Twitter	46

RESUMEN EJECUTIVO

En la Ciudad de Guayaquil el sector industrial es uno de los más importantes para el desarrollo económico, entre las cuales se encuentran las industrias del sector alimenticio. Sin embargo, las empresas del sector alimenticio deben considerar ciertos aspectos en la construcción de sus plantas de producción, puesto que deben hacer uso de un tipo especial de materiales, en el caso de materiales de hierro y acero, éstos deben cumplir con parámetros de sanidad para evitar que posteriormente pueda dañar el producto final. Desde esta perspectiva se trabajó con la empresa Full Steel Aceros Industriales, la cual es una empresa nacional que se dedica a la comercialización de materiales sanitarios. Es por esta razón, que el proyecto se enfocó en el desarrollo de un plan de negocios para potenciar la comercialización de materiales para la conducción de fluidos considerando como segmento objetivo a las empresas de la industria alimenticia. En base al desarrollo de estrategias de comercialización se pretende incrementar los niveles de venta de la empresa e incrementar la cartera de clientes de la empresa.

ABSTRATC

In the city of Guayaquil the industrial sector is one of the most important for economic development, which include the industries of food industry. However, companies in the food sector should consider certain aspects in the construction of its production plants, since they must make use of a special type of materials, in the case of iron and steel materials, these must comply with health parameters to avoid subsequently damage the final product. From this perspective we worked with the Full Steel steel industrial company, which is a national company dedicated to the marketing of sanitary materials. It is for this reason that the project focused on the development of a business plan to enhance the marketing of materials for the conveyance of fluids whereas as target segment to companies in the food industry. Based on the development of marketing strategies aims to increase levels of sale of the company and increase the customer base of the company.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se encuentra orientado al desarrollo de un plan de negocios para la empresa Full Steel Aceros Industriales S.A., para la comercialización de suministros para la conducción de fluidos en el sector de las industrias alimenticias. Lo que constituye en desarrollar un adecuado sistema de distribución de modo que se puedan reducir los inconvenientes que pudieran afectar la comercialización de los productos. La empresa se encarga de comercializar productos tales como , accesorios galvanizados, accesorios hierro negro, accesorios inoxidables, accesorios sanitarios, bridas, conectores fittings, empaques espirometálicos, espárragos, manómetros y termómetros, tubería sanitaria y válvulas.

Los productos que comercializa la empresa Full Steel Aceros Industriales, cumplen con parámetros sanitarios y consecuentemente pueden ser utilizados como suministros de acero para la construcción de plantas para la industria alimenticia, en la cual no se puede utilizar cualquier tipo de material. Por tal motivo, se pretende potenciar este segmento de mercado a través del desarrollo de estrategias de comercialización, de modo que la empresa pueda incrementar el nivel de ventas y a la vez obtener una mayor cuota de mercado.

Considerando la información publicada por Diario Expreso (2013)¹, la demanda de los productos de acero se encuentra en constante crecimiento debido a una serie de factores que se presentan en el mercado, esto incide en que las empresas del sector como es el caso de la compañía Full Steel Aceros Industriales se encuentren en una constante búsqueda de nuevas estrategias que les permitan diferenciarse de la competencia existente en el mercado y a la vez lograr una fidelización del cliente.

¹ Diario Expreso. (24 de Septiembre de 2013). El acero y el hierro suben y bajan. *Noticias*, pág. 03.

En lo que se refiere a las operaciones empresariales de la empresa, la logística constituye una de las áreas fundamentales que inciden en el adecuado funcionamiento de las actividades de la empresa, puesto que, constituye el área que se encarga de garantizar que el producto llegue al punto de venta de forma oportuna. Por lo tanto, para el desarrollo del presente proyecto es preciso considerar la aplicación de nuevos procesos operativos que permitan adaptar las operaciones en la cadena de suministro a las características particulares de cada producto y de cada punto de venta.

La logística involucra la entrega de los productos o servicios para el cliente con la calidad y la cantidad asegurada. La optimización de los procesos de la logística involucra la puntualidad en el que los productos se entregan a un destino. La puntualidad es de suma importancia, puesto que un retraso en la entrega puede resultar en pérdidas significativas para el receptor de los productos en la mayoría de los casos. Básicamente, la importancia del área de logística se debe a que no solo se encarga de gestionar la distribución de los productos o materias primas, sino que además influye en los costos que soporta la empresa, puesto que permite garantizar las ventas al permitir la disponibilidad del producto en los puntos de venta.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

La empresa Full Steel Aceros Industriales (2013)², tiene aproximadamente 20 años operando en el mercado nacional en el área de la comercialización de suministros y materiales de hierro y acero para la industria. Entre la cartera de productos de la empresa se encuentran accesorios y tuberías sanitarias que son utilizadas especialmente en la industria alimenticia por las características especiales que posee. En base a lo mencionado, se diseñará un plan de negocios para la comercialización de suministros de acero sanitario considerando como grupo objetivo a la industria alimenticia, lo que a la vez requiere de la aplicación de un sistema eficaz y eficiente de distribución que a la vez permita obtener una mayor satisfacción del cliente.

Los procesos de distribución dentro de la empresa constituyen una actividad fundamental, puesto que permite hacer llegar el producto al mercado al cual se dirige. Sin embargo uno de los problemas que presenta la empresa Full Steel Aceros Industriales es que no tiene una adecuada estructuración del área de distribución de los productos, tampoco existen manuales de procedimientos y esto ha incidido en que se genere una descoordinación, debido a que los involucrados en ésta área desconocen de las responsabilidades que poseen y consecuentemente puede afectar en la consecución de los objetivos establecidos por la empresa. Adicionalmente, en ocasiones no se cuenta con el producto suficiente como para abastecer a diferentes clientes por el hecho de no contar con una logística bien estructurada que permita llegar de forma oportuna y con el adecuado profesionalismo, convirtiéndose esto en una barrera para el crecimiento de la empresa.

² Full Steel Aceros Industriales. (2013). *Surtiaceros - Ecuador*. Quito: Surtiaceros.

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La justificación del desarrollo del presente proyecto se determina debido al crecimiento que ha obtenido en los últimos años la empresa Full Steel Aceros Industriales, lo cual ha generado que se incrementen las necesidades de un sistema logístico debidamente estructurado puesto que se han presentado problemas en la distribución de los productos de la empresa, dando como consecuencia, el costo derivado de las múltiples operaciones necesarias para cumplir con los objetivos en cuanto a niveles de servicio. Considerando que la empresa busca potenciar el mercado de la industria alimenticia mediante la comercialización de productos de acero sanitario.

La logística constituye una parte importante de la cadena de suministro y consiste en la planificación, implementación y efectiva hacia adelante y flujo inverso de los bienes, servicios e información relacionada desde el origen hasta el receptor. Un adecuado sistema de logística permite controlar el buen funcionamiento en todas las etapas de distribución. La gestión logística se compone de la gestión de materiales, gestión de canales, la distribución física y la gestión de la cadena de suministro. También incluye el sistema de gestión de almacenes que toma el control de las existencias, y agiliza la circulación de mercancías en las unidades de almacenamiento de la empresa.

Por lo tanto es necesario establecer un sistema adecuado de logística que permita mejorar los procesos de distribución de los productos y que a su vez un impacto en el crecimiento de la cartera existente y a la vez obtener una mayor satisfacción de los clientes y lograr fidelizarlos.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo general

Diseñar un plan de negocios para la empresa Full Steel Aceros Industriales para la comercialización de suministros de conducción de fluidos (acero sanitario) dirigidos a la industria alimenticia.

Objetivo específico

- Conocer el nivel de satisfacción del cliente interno y externo.
- Identificar los problemas actuales que presenta el sistema de distribución de la empresa Full Steel Aceros Industriales.
- Determinar los parámetros para la comercialización eficiente de suministros de conducción de fluidos.
- Incrementar el 10% de participación de mercado de la empresa Full Steel Aceros Industriales.
- Fidelizar al 80% de la cartera de clientes.

CAPÍTULO I

1. SEGMENTACIÓN

1.1. Mercado meta

El mercado meta del trabajo define el sector que desea captar la empresa Full Steel Aceros Industriales, por lo tanto se define como grupo objetivo a las empresas de la industria alimenticia en la Ciudad de Guayaquil, ya que se busca incrementar las ventas de suministros de conducción de fluidos. Las empresas de la industria alimenticia requieren de la utilización de suministros y materiales elaborados de forma sanitaria para la construcción de las plantas, ya que la utilización de un material diferente puede afectar considerablemente la sanidad de los productos que las empresas de este sector elaboran.

Según lo menciona en su artículo Diario Expreso (2013)³:

La industria de alimentos representa un rubro importante en la economía del país. El PIB nacional está en 90.000 millones de dólares, de los cuales la industria en general aporta con el 12 % y solo el sector de alimentos procesados representa el 40 %, lo que significa \$ 3.000 millones.

Considerando que la industria alimenticia constituye uno de los sectores importantes en la economía ecuatoriana y su evidente desarrollo, la empresa Full Steel Aceros Industriales busca potenciar este mercado, partiendo del desarrollo de un plan de negocios aplicado en la ciudad de Guayaquil, de modo que pueda incrementar su cartera de clientes y a la vez obtener una mayor rentabilidad.

³ Diario Expreso. (22 de Noviembre de 2013). Nuevo etiquetado perjudica la marca. *Noticias*, pág. 06.

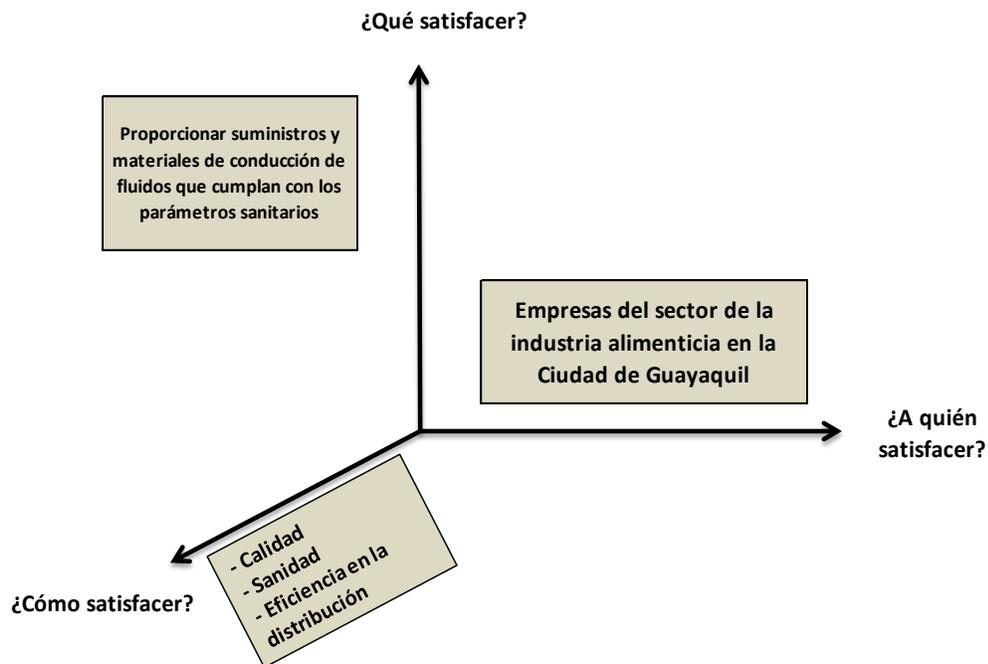
1.2. Macro segmentación

(Carrión, 2009, pág. 106)⁴:

La macro-segmentación consiste en definir el mercado de referencia desde la perspectiva del comprador y no desde el punto de vista del producto. Un mercado de referencia se define en tres dimensiones: el grupo de clientes (¿a quién se está satisfaciendo?), funciones o necesidades (¿qué necesidad se satisface?), y tecnologías (¿cómo se satisfacen las necesidades?).

En base a lo expuesto por Carrión con la finalidad de desarrollar una propuesta que se ajuste a las necesidades de la empresa, se establece una segmentación en donde se considerará tanto a las empresas del sector público como privado, es decir las empresas del sector de la industria de la Ciudad de Guayaquil. Como estrategia de comercialización se trabajará de forma directa con las empresas del sector.

Gráfico 1 Macrosegmentación

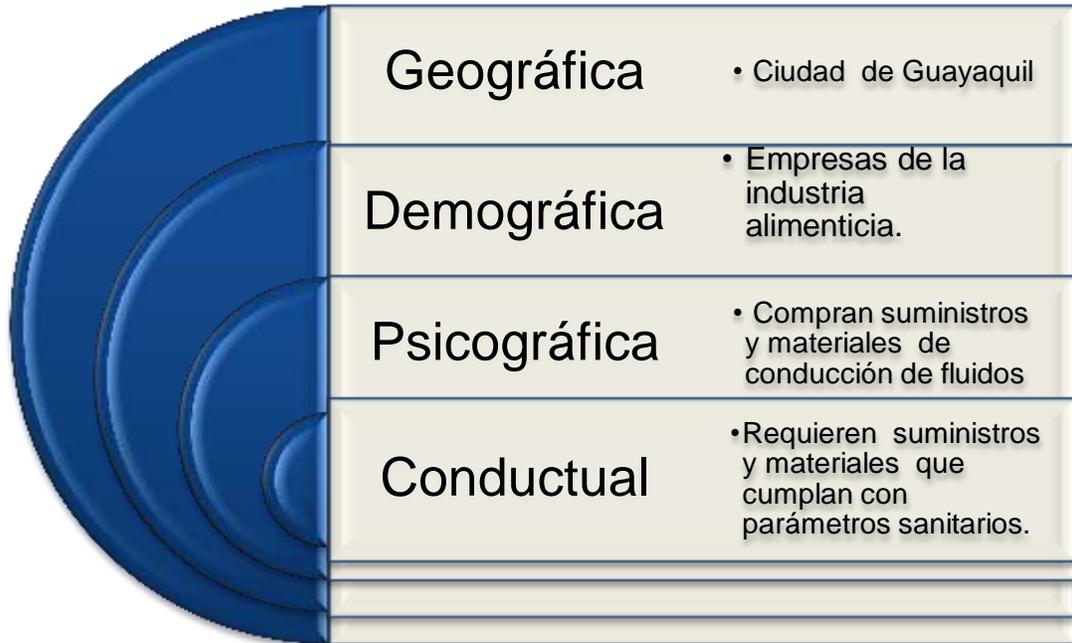


Elaborado por: Los autores

⁴ Carrión, J. (2009). *Dirección del marketing fundamentos y aplicaciones*. Madrid: ESIC Editorial.

1.3. Micro segmentación

Gráfico 2 Micro segmentación



Elaborado por: Los autores

El microsegmentación se realiza clasificando a los clientes de acuerdo a factores como los volúmenes de compra y de acuerdo a la categoría de negocio, por lo tanto se dividen en tres grupos: industrias petroleras, industrias artesanales e industrias alimenticias. Los productos que comercializa la empresa Full Steel Aceros Industriales están orientados a satisfacer las necesidades de las empresas pertenecientes a estas categorías de negocio, sin embargo, el presente proyecto busca potenciar la comercialización de materiales de conducción de fluidos para las empresas del sector de la industria alimenticia.

1.4. Perfil del consumidor

El perfil del consumidor para este plan va dirigido a las industrias del sector alimenticio de la ciudad de Guayaquil como son: Industrias Lácteas Toni, Industrias Lácteas Indulac, ARCA (Coca Cola), Delisoda, Tesalia Sprint, El Café, Solubles Instantáneos, Bottling Company, Nestlé del Ecuador, Aje Ecuador, Azende, Exofurt, Conserveras Guayas, La Universal, Nirsa, entre otras.

Este tipo de cartera de clientes son los grandes consumidores del acero inoxidable sanitario ya que este material es exclusivamente para las plantas que fabrica o utilizan materia prima que son alimentos como frutas, leche, yogurt, las bebidas como las gaseosas, néctar de jugos, entre otros. Esto conlleva a que los alimentos procesados por las fábricas bajo estas normas de seguridad sean seguros y aptos para el consumo humano.

CAPÍTULO II

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1. Análisis PEST

Gráfico 3 Análisis PEST



Elaborado por: Los autores

Factor Político

Actualmente Ecuador como país, gracias al apoyo del gobierno nacional, y los respectivos ministerios, están dando una mayor apertura a fomentar el consumo y la compra de aquellos productos elaborados internamente, y esto ha generado que los habitantes empiecen a tener una cultura por adquirir lo nacional antes que lo extranjero, ya que reconocen que esto los beneficia directamente, ya que la creación de nuevas empresas nacionales, crean nuevas fuentes de trabajos, y esto a su vez genera que el dinero y las riquezas generadas circulen de forma más equilibrada en el país.

Ahora en el país hay un nuevo concepto de producción, que se basa en emplear otros recursos como el talento humano para sacar provecho a nuevas áreas de crecimiento, es decir pasar de una actividad comercial donde antes solo se explotaban recursos como petróleo, las minas, o se exportaban productos tradicionales como el banano, las rosas, el café, el cacao entre otros, ya que eran básicamente las únicas fuentes de ingreso para el país, para empezar con un nuevo concepto de producción denominado por el gobierno como “Cambio de la matriz productiva”, que consiste en ofrecer las facilidades de aprendizaje y capacitación para los estudiantes en nuevas ramas que a nivel mundial son las principales generadoras de recursos económicos, entre las nuevas ramas o materias que se están difundiendo es el desarrollo de tecnologías, que permitan aprovechar los recursos naturales para obtener más beneficios de estos, así como el desarrollo en temas de nanotecnología, refinerías, petroquímicas, metalurgia, siderúrgica que están como sectores prioritarios de las matriz productiva para el Ecuador en la actualidad.

Por ello en el Ecuador se está apostando a brindar los conocimientos necesarios a los estudiantes de tercer y cuarto nivel, en temas de desarrollo que en los países más avanzados del mundo ya disponen, esto asegurará, que una desarrolladas otras industrias en el país, haya la capacidad de poder ser proveedores de otros países de la región, ya que no cuentan con los niveles de

conocimiento y preparación con los que han sido educados y capacitados todos los ecuatorianos.

Factor Económico

De todos los países de la región de Sudamérica, Ecuador es el único que cuenta con el dólar como moneda, que a pesar de no ser propia, da la capacidad de endeudamiento a personas comerciantes, pequeñas, medianas y grandes empresas e industrias nacionales, y esto un factor importante, porque hay la capacidad de comprar en el caso de las empresas, más y mejores equipos de producción conforme se van actualizando para realizar de manera más eficaz y rápido aquellos productos que serán destinados para la comercialización de las personas y otras empresas.

Otro punto importante que es necesario recalcar, es que se están reduciendo o exonerando de impuestos a aquellos productos nacionales destinados a la exportación, lo cual es necesario para que los productores internos se arriesguen a invertir en mayor y mejores maquinarias, más materia prima, y la contratación de más personas ya que están seguros que el dinero invertido tendrá un mayor porcentaje de réditos.

Las empresas dedicadas a la elaboración de productos alimenticios, están cada día más adaptadas a la demanda de un mercado consumista, gracias a que cuentan con los recursos necesarios como la tecnología en sus maquinarias, los materiales para implementar sus plantas de producción y esto permite cubrir fácilmente esa demanda existente y que crece cada día.

Debido al crecimiento del sector industrial público y privado y de manera particular las empresas que se dedican a la fabricación de productos alimenticios están en constante crecimiento e innovación en sus instalaciones, las regulaciones gubernamentales existentes están a favor del crecimiento de empresas nacionales, y estas regulaciones a su vez apoyan a otras compañías

dedicadas a la comercialización de aceros inoxidable que ven la oportunidad de incrementar las ventas en este sector especialmente en estos productos (tuberías y accesorios) de acero inoxidable alimenticio, ya que son las proveedoras de aquellas empresas alimenticias.

Factor Social Demográfico

Ecuador es un ejemplo para otros países del mundo, ya que es uno de los pocos, donde la educación primaria, secundaria y de tercer nivel es gratuita, lo que ha ocasionado un mayor desplazamiento de personas que antes vivían en zonas rurales del país que evitaban estudiar por motivos económicos, este incentivo para ofrecer educación gratuita a la sociedad ecuatoriana, también tiene como objetivo identificar a aquellos alumnos que verdaderamente aprovechan esta oportunidad para compensarlos y enviarlos a otros países a prepararse más para que puedan regresar en un futuro al país con la oportunidad de trabajo.

Según el código laboral Ecuatoriano las horas semanales de trabajo no deben exceder de 40 horas, sin embargo debido a que las empresas industriales no paran y trabajan los 365 días del año y al incrementar las ventas, esto va permitir generar nuevas plazas de trabajo lineándose a lo que aplica el programa del buen vivir implementado por el estado ecuatoriano.

La empresa Full Steel S.A. en la búsqueda del desempeño del personal interno ha desarrollado programas de capacitaciones y mejoras continuas que se acoplan al crecimiento y las nuevas exigencias del mercado industrial, es una empresa que está enfocada cien por ciento a incentivar el crecimiento laboral de los colaboradores que trabajan en ella.

En Ecuador se ha desarrollado infinidad de obras que están enfocadas a incentivar un mejor estilo de vida para los ciudadanos, la edificación de hospitales, escuelas, empresas, carreteras hacen que el Ecuador, sea uno de

los países más completos y prometedores de la región, además en aspectos de seguridad se toman las medidas necesarias, para el bienestar de la sociedad.

Factores Tecnológicos

En el sector industrial se considera como aspecto fundamental el factor tecnológico, puesto que se requiere de la utilización de maquinaria y el desarrollo de sistemas eficientes que les permitan a las empresas que pertenecen a este sector de mercado desarrollar de forma eficiente los procesos productivos. La utilización de la tecnología en el sector industrial permite incrementar la eficiencia obteniendo un producto de calidad para el consumidor.

Según Juárez y Padilla (2009, pág. 16)⁵:

Las industrias intensivas en tecnología incorporan nuevos conocimientos principalmente por medio de actividades internas de diseño e investigación y desarrollo, por lo que la tasa de innovación de producto y el gasto como porcentaje de las ventas son indicadores asociados a la competitividad.

Desde esta perspectiva la empresa Full Steell Aceros Industriales realizó la inversión de un nuevo sistema que le permite ser más eficiente con las exigencias internas y externas de la empresa, con lo cual podrá obtener resultados óptimos de seguridad de información tanto de inventario como de datos reales de los activos fijos de la empresa; en la parte comercial da mayor eficacia y rapidez en las entregas de cotizaciones para los clientes obteniendo una mejor atención.

2.2. Análisis PORTER

El desarrollo del modelo Porter implica un análisis de las cinco fuerzas del entorno competitivo de la empresa. Representa una herramienta que para evitar poner en riesgo la ventaja competitiva y asegurar la rentabilidad de los

⁵ Juárez, M., & Padilla, R. (2009). *Efectos de la Capacitación en la Competitividad de la Industria Manufacturera*. México, D.F.: United Nations Publications.

productos largo plazo. Para la empresa Full Steel Aceros Industriales S.A., esta visión es importante, ya que es capaz de dirigir sus innovaciones en términos de elección de las estrategias e inversiones. La rentabilidad del negocio en la estructura industrial depende de las siguientes fuerzas en el mercado:

Gráfico 4 Análisis Porter



Elaborado por: Los autores

Amenaza de la competencia existente

Dentro de la competencia entre las empresas del sector determina se determina que existe una alta amenaza por parte de los competidores, ya que a pesar de que no existen muchas empresas que se dediquen a la comercialización de suministros y materiales de hierro sanitario, las empresas existentes se encuentran posicionadas en el mercado tales como:

- Provit S.A.
- Fehierro Cía. Ltda., comercializa accesorios y materiales ferreteros y de acero inoxidable.
- Tuval S.A., comercializa productos de ferretería industrial.
- FINPAC Cía. Ltda., se dedica a la importación y comercialización de productos de hierro y acero industriales.
- Dimulti S.A., comercializa accesorios y ferretería de acero.
- Gerónimo Oneto “Geroneto S.A.”, se dedica a la comercialización de aceros inoxidables (hierro, aluminio, cobre y bronce).

Este es un factor que incide en que las empresas desarrollen estrategias que les permita mantener su fuerza relativa, por lo tanto es necesario que se determinen estrategias que permitan desarrollar una ventaja competitiva a la empresa Full Steel Aceros Industriales S.A.

Amenaza de nuevos competidores

En lo que se refiere a la amenaza de nuevos competidores la amenaza es alta debido a que existen empresas que actualmente operan en el mercado como IMPAC y DIPAC que pueden identificar la oportunidad de desarrollar productos de acero sanitario y consecuentemente convertirse en competidores directos de la empresa Full Steel Aceros Industriales S.A.

Amenaza de productos sustitutos

Considerando que los sustitutos pueden ser considerados una alternativa a la oferta de mercado, en este caso la amenaza de productos sustitutos es baja, puesto que, las necesidades que cubre la empresa Full Steel Aceros Industriales S.A. al comercializar materiales y suministros sanitarios poseen características especiales por lo tanto no pueden ser sustituidos. Sin embargo, considerando la evolución del estado de la tecnología o la innovación, la empresa debe ser capaz de prever para hacer frente a la amenaza de que pudieran desarrollarse productos que posean características similares.

Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores es media, ya que se trabaja con productos de marcas específicas que poseen características sanitarias. En este caso los proveedores potentes podrían imponer condiciones en cuanto a precio, calidad y cantidad. Del mismo modo, de acuerdo al volumen de negocios realizado con los proveedores, el poder de negociación se encuentra a favor del proveedor. En este caso, la empresa debe analizar alternativas que le permitan cambiar fácilmente de proveedor en caso de ser necesario.

Poder de negociación de los clientes

Cuanto mayor sea la proporción de un cliente en la venta de la empresa, mayor será el poder de negociación del cliente, sobre todo si el cliente tiene un gran número de proveedores alternativos. En este caso, el poder de negociación del cliente es alto considerando que en el mercado guayaquileño existe una elevada oferta de empresas competidoras, que ofrecen materiales ferreteros de acero inoxidable, consecuentemente los consumidores poseen el poder de seleccionar al distribuidor que le ofrezca la mejor oferta. Sin embargo, se debe considerar que el nivel de concentración de clientes les da más o menos potencia. Por lo general su poder de negociación tiende a ser inversamente proporcional a los proveedores.

2.3. Población y muestra

Este tipo de investigación es mixto, ya que posee un enfoque cuali – cuantitativo, considerando lo que menciona Blaxter, et al. (2009, pág. 100)⁶:

La investigación cuantitativa y cualitativa se combina para ofrecer una imagen general. La investigación cuantitativa puede emplearse para subsanar las lagunas que surgen en un estudio cualitativo porque, por ejemplo, el investigador no puede estar en más de un lugar a la vez. Alternativamente, puede suceder que no todos los problemas sean asequibles únicamente a la investigación cuantitativa o únicamente a la cualitativa.

⁶ Blaxter, L., Huguer, C., & Tight, M. (2009). *Cómo se investiga*. Barcelona: Grao.

La aplicación de una investigación mixta, proporcionará mayor información con respecto al mercado, y los procesos de comercialización que actualmente se desarrollan en la empresa Full Steel Aceros Industriales S.A., la información cualitativa y cuantitativa que será expresada en términos estadísticos servirán como directrices para el desarrollo del plan de negocios en donde se logre optimizar este proceso y a la vez lograr la satisfacción del mercado que se pretende captar.

Así mismo, se determina la aplicación de una investigación de campo, debido a que es necesario indagar las características de la industria alimenticia en la Ciudad de Guayaquil en la utilización de suministros y materiales de hierro y acero para el desarrollo del plan de negocios para la empresa Full Steel Aceros Industriales S.A., y para lo cual se requiere que los autores acudan al sector de estudio para desarrollar la investigación in situ, considerando lo expuesto por Durán y García (2009, pág. 78)⁷, “El trabajo de campo es el proceso de recogida de información *in situ*, y requiere de una cuidadosa planificación, con el fin de recoger los datos de manera completa y fiable”.

De acuerdo a los objetivos de investigación establecidos por los autores, se determina como población a las industrias alimenticias de la Ciudad de Guayaquil, debido a que el plan de negocios esta direccionado a la comercialización de suministros de conducción de fluidos, los mismos que por sus características sanitarias son utilizados por esta industria para la construcción de sus plantas productoras. Según la Cámara de Industrias de Guayaquil (2013)⁸, el sector está conformado por 400 empresas.

⁷ Durán, M., & Rogero, J. (2009). *La investigación sobre el uso del tiempo*. Madrid: CIS.

⁸ Cámara de Industrias de Guayaquil. (15 de Diciembre de 2013). *Información*. Recuperado el 11 de Junio de 2014, de Información para inversionistas: <http://www.industrias.ec/contenido.ks?categoriaId=2244>

2.4. Selección del tamaño de la muestra

Para Gil (2009, pág. 38), “La selección de una muestra de un marco apropiado puede realizarse por procedimientos probabilísticos, es decir, con procedimientos que aseguren a cada una de las unidades muestrales una probabilidad de ser seleccionadas, entonces se tendrá los llamados muestreos probabilísticos”.

Para el proceso de selección de la muestra se considera la utilización de un muestreo probabilístico ya que se considerarán a las empresas de la industria alimenticia que se encuentren ubicadas en la Ciudad de Guayaquil. Considerando que la población está conformada por un total de 400 empresas, se aplicará la fórmula finita ya que se trata de una población menor a 100,000. Para el desarrollo de la fórmula se aplicarán los siguientes parámetros: nivel de confianza 1,96 (Z); probabilidad a favor 0,50 (p); probabilidad en contra 0,50 (q), error de estimación de 0,05 (e).

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{NE^2 + Z^2 p * q}$$

Tabla 1 Cálculo de la muestra

$n = (Z^2NPQ) / (d^2(N-1)+Z^2P.Q)$						
Población de la investigación					N =	400.000
	NIVEL DE CONFIANZA:	95.00%		Z	=	1.96
	ERROR DE ESTIMACIÓN:	5.00%		d	=	0.05
	PROBABILIDAD DE ÉXITO:	50%		P	=	0.5
	PROBABILIDAD DE FRACASO:	50%		Q	=	0.5
	Muestra a ser tomada para la investigación			n	=	196

Elaborado por: Los autores

2.5. Presentación de los resultados

1. ¿Usted maneja las compras de los suministros de acero sanitario?

Tabla 2 Manejo de suministros de acero sanitario

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa acumulada
Si	196	100%	100%
No	0	0%	100%
Total	196	100%	

Elaborado por: Los autores

Gráfico 5 Manejo de suministros de acero sanitario



Elaborado por: Los autores

Del total de encuestados en empresas de industria alimenticia, el 100% de ellos manejan los suministros sanitarios. Por ende, todos los encuestados tienen conocimiento sobre a conducción de fluidos en el acero sanitario.

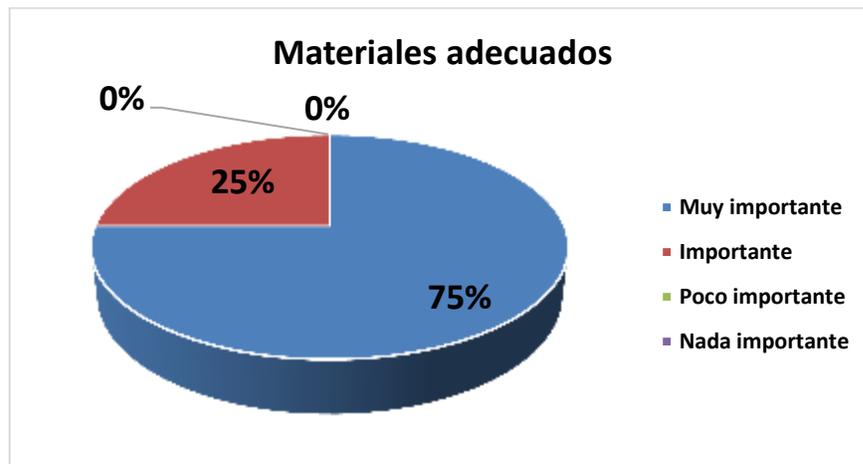
2. ¿Cuán importante es para usted que su empresa cuente con los materiales adecuados en cuanto calidad en su planta de producción?

Tabla 3 Materiales adecuados

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa acumulada
Muy importante	147	75%	75%
Importante	49	25%	100%
Poco importante	0	0%	100%
Nada importante	0	0%	100%
Total	196	100%	

Elaborado por: Los autores

Gráfico 6 Materiales adecuados



Elaborado por: Los autores

El 75% de los encuestados considera muy importante que la empresa tenga en su posesión materiales de calidad adecuados para la empresa y el 49% restante lo considera importante. Con esto se puede deducir que todos los encuestados coinciden en que la calidad de materiales es de suma importancia con respecto a las plantas de producción.

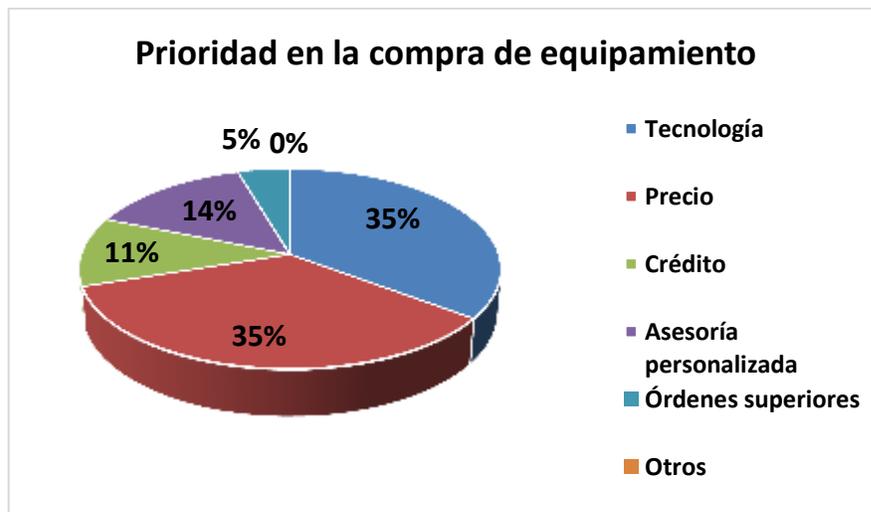
3. Al hacer la compra del equipamiento de la empresa en sus diferentes elementos de la producción ¿Cuál es la prioridad que prepondera?

Tabla 4 Prioridad en la compra de equipamiento

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa acumulada
Tecnología	69	35%	35%
Precio	68	35%	70%
Crédito	22	11%	81%
Asesoría personalizada	28	14%	95%
Órdenes superiores	9	5%	100%
Otros	0	0%	100%
Total	196	100%	

Elaborado por: Los autores

Gráfico 7 Prioridad en la compra de equipamiento



Elaborado por: Los autores

Del total de encuestados, 35% concuerdan en que la prioridad indispensable al comprar equipamiento por parte de empresa para los diferentes elementos de producción, un 35% asegura que la prioridad debería ser el precio mientras que un 14% coincide que debería ser una asesoría personalizada. Dado esto, se puede deducir que la mayoría de los encuestados prefieren la tecnología y un buen precio al momento de comprar este tipo de equipamiento.

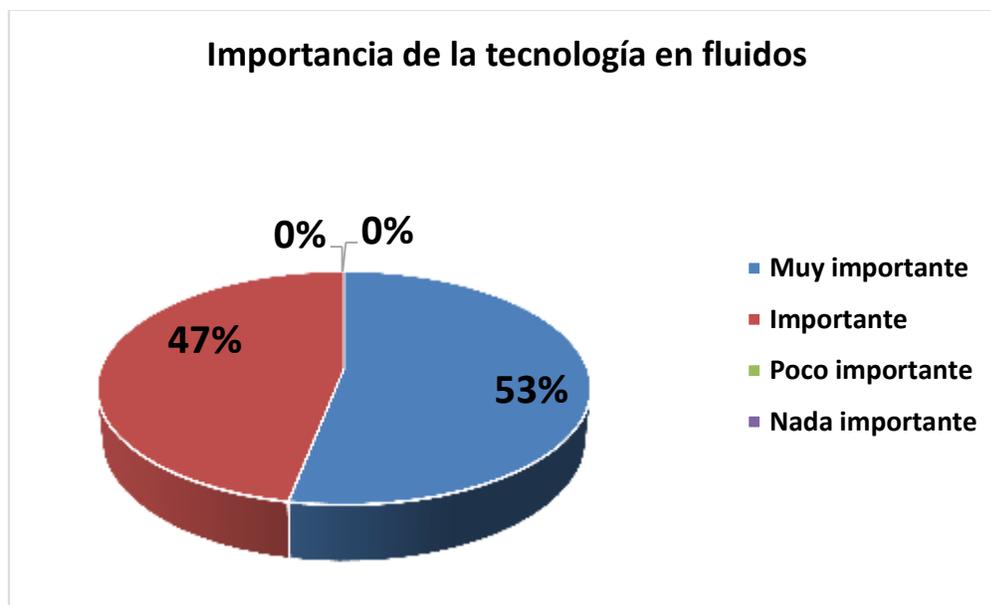
4. ¿Qué tan importante es la tecnología en la conducción de fluidos en su empresa?

Tabla 5 Importancia de la tecnología en fluidos

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa acumulada
Muy importante	104	53%	53%
Importante	92	47%	100%
Poco importante	0	0%	100%
Nada importante	0	0%	100%
Total	196	100%	

Elaborado por: Los autores

Gráfico 8 Importancia de la tecnología en fluidos



Elaborado por: Los autores

Del total de encuestados, un 53% de las personas considera muy importante la tecnología con respecto a la conducción de fluidos en su empresa y el 47% restante afirma que es importante. Dado estos resultados se puede concluir que la tecnología tiene un grado de importancia sumamente grande en cuanto a la conducción de fluidos para las empresas que manejan acero.

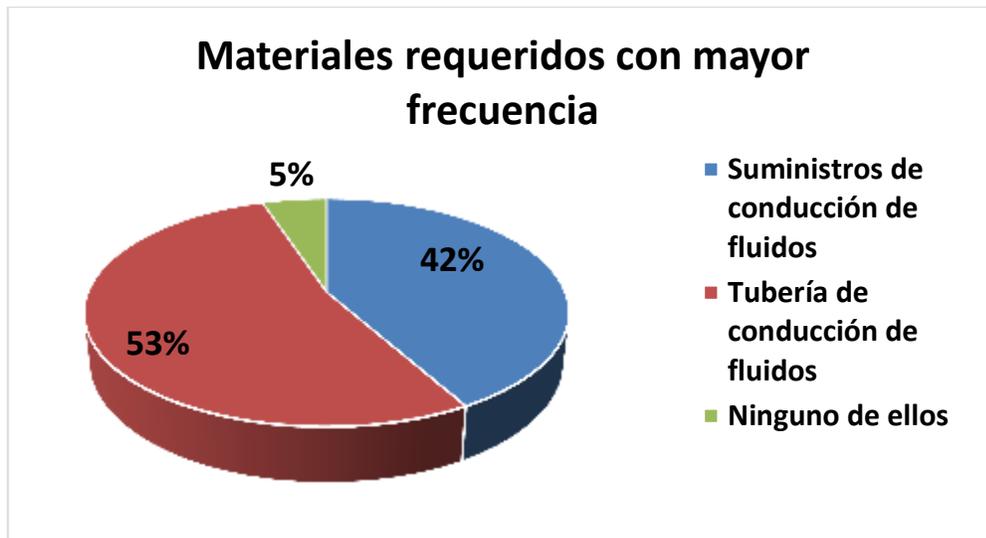
5. De entre los siguientes, ¿Qué tipo de materiales requiere con mayor frecuencia para su empresa?

Tabla 6 Materiales requeridos con mayor frecuencia

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa acumulada
Suministros de conducción de fluidos	82	42%	42%
Tubería de conducción de fluidos	104	53%	95%
Ninguno de ellos	10	5%	100%
Total	196	100%	

Elaborado por: Los autores

Gráfico 9 Materiales requeridos con mayor frecuencia



Elaborado por: Los autores

Del total de encuestados, el 53% considera que la tubería de conducción de fluidos es el material requerido con mayor frecuencia por parte de la empresa, el 42% afirma que son los suministros de conducción de fluidos. Por lo tanto, se puede determinar que tanto los suministros como la tubería de conducción de fluidos mantienen una alta frecuencia de demanda por parte de las empresas.

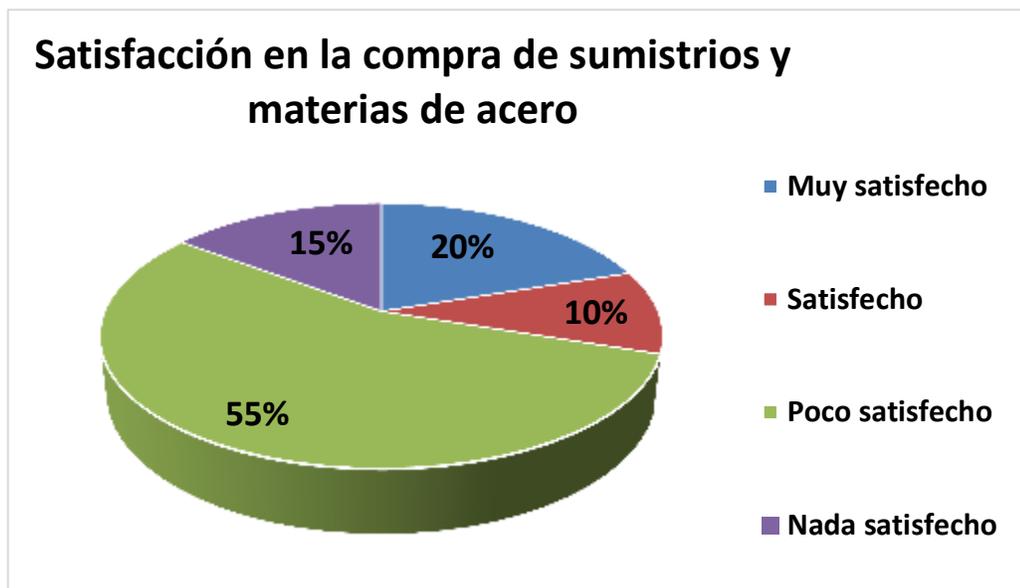
6. En base a su experiencia al adquirir suministros y materiales de acero sanitario, indique: ¿Cuán satisfecho está?

Tabla 7 Satisfacción en la compra de suministros y materiales de acero

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa acumulada
Muy satisfecho	39	20%	20%
Satisfecho	20	10%	30%
Poco satisfecho	108	55%	85%
Nada satisfecho	29	15%	100%
Total	196	100%	

Elaborado por: Los autores

Gráfico 10 Satisfacción en la compra de suministros y materiales de acero



Elaborado por: Los autores

El 55% del total de encuestados estuvieron poco satisfechos al momento de adquirir suministros y materiales de acero sanitario, apenas un 20% se siente muy satisfecho con respecto a estas adquisiciones. Se puede determinar que se necesita implementar una mejora de calidad en este tipo de suministros para la satisfacción plena de las empresas.

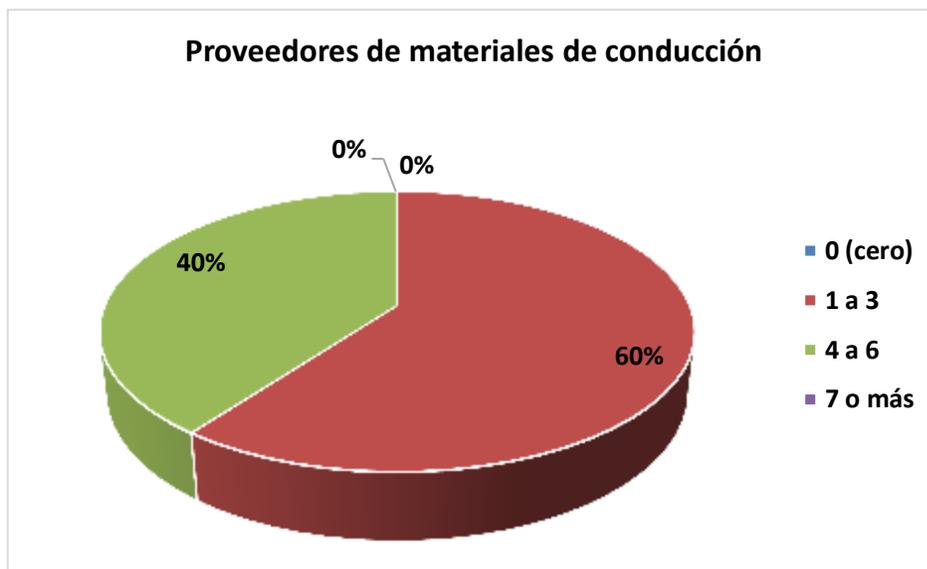
7. ¿De cuántos proveedores dispone de los materiales de conducción de fluidos para su empresa?

Tabla 8 Proveedores de materiales de conducción

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa acumulada
0 (cero)	0	0%	0%
1 a 3	118	60%	60%
4 a 6	78	40%	100%
7 o más	0	0%	100%
Total	196	100%	

Elaborado por: Los autores

Gráfico 11 Proveedores de materiales de conducción



Elaborado por: Los autores

De todos los encuestados, el 60% estuvieron de acuerdo en que sus empresas disponen entre 1 a 3 proveedores y un 40% concuerda que posee entre 4 a 6 proveedores. Se puede determinar que las empresas manejan más de un proveedor para disponer de materiales de conducción de fluidos.

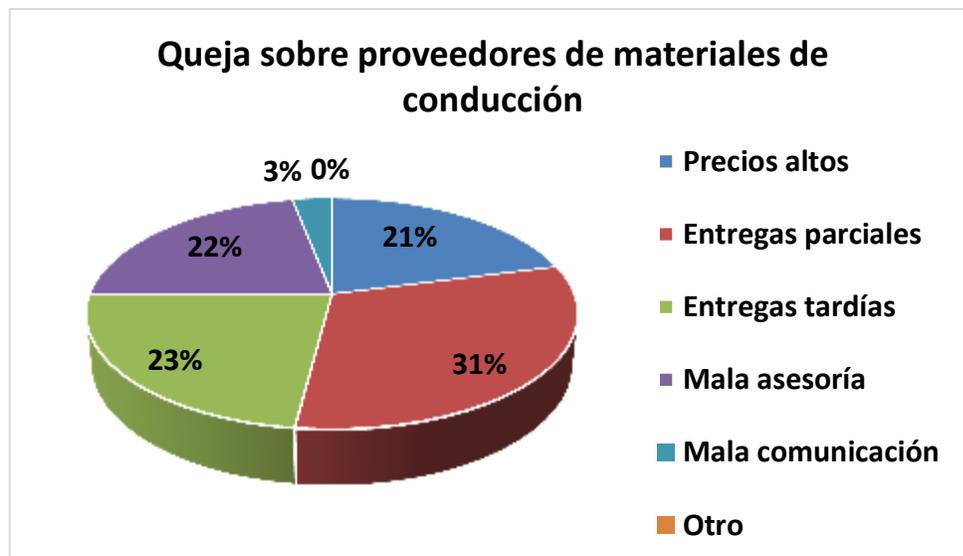
8. Si hubiera alguna queja ¿Cuál o cuáles ha tenido con las empresas proveedoras de los materiales de conducción de fluidos (acero sanitario) adquiridos?

Tabla 9 Queja sobre proveedores de materiales de conducción

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa acumulada
Precios altos	41	21%	21%
Entregas parciales	61	31%	52%
Entregas tardías	45	23%	75%
Mala asesoría	43	22%	97%
Mala comunicación	6	3%	100%
Otro	0	0%	100%
Total	196	100%	

Elaborado por: Los autores

Gráfico 12 Queja sobre proveedores de materiales de conducción



Elaborado por: Los autores

Del porcentaje total de encuestados, el 31% afirma que si existiera queja sobre alguna proveedora de materiales de conducción de fluidos el motivo pesaría en las entregas parciales, un 23% coincide en entregas tardías, mientras que un 22% asegura que es por mala asesoría. Por lo tanto, se deduce que las proveedoras no mantienen satisfechos a sus clientes cumpliendo el tiempo estimado de entregas y si se dan, hay entregas parciales de la mercadería.

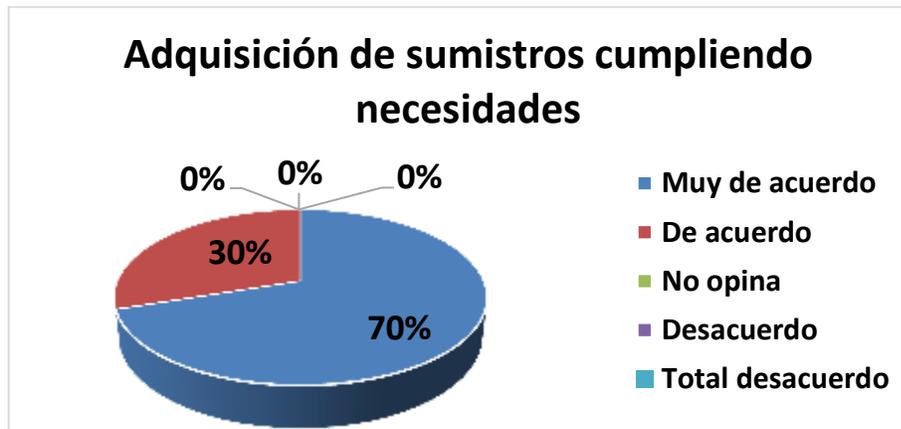
9. ¿Estaría dispuesto a adquirir suministros de conducción de fluidos de una nueva que le cumpla en sus necesidades?

Tabla 10 Adquisición de suministros cumpliendo necesidades

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa acumulada
Muy de acuerdo	137	70%	70%
De acuerdo	59	30%	100%
No opina	0	0%	100%
Desacuerdo	0	0%	100%
Total desacuerdo	0	0%	100%
Total	196	100%	

Elaborado por: Los autores

Gráfico 13 Adquisición de suministros cumpliendo necesidades



Elaborado por: Los autores

El 70% de los encuestados estarían muy de acuerdo en adquirir suministros de conducción de fluidos de una nueva proveedora que le cumpla con sus necesidades, de igual manera un 30% indicó que estaría muy de acuerdo. Esto significa que la demanda se siente dispuesta a contratar a un proveedor que esté a la par de las necesidades que tienen como cliente para cubrir sus necesidades sin atrasos ni demoras.

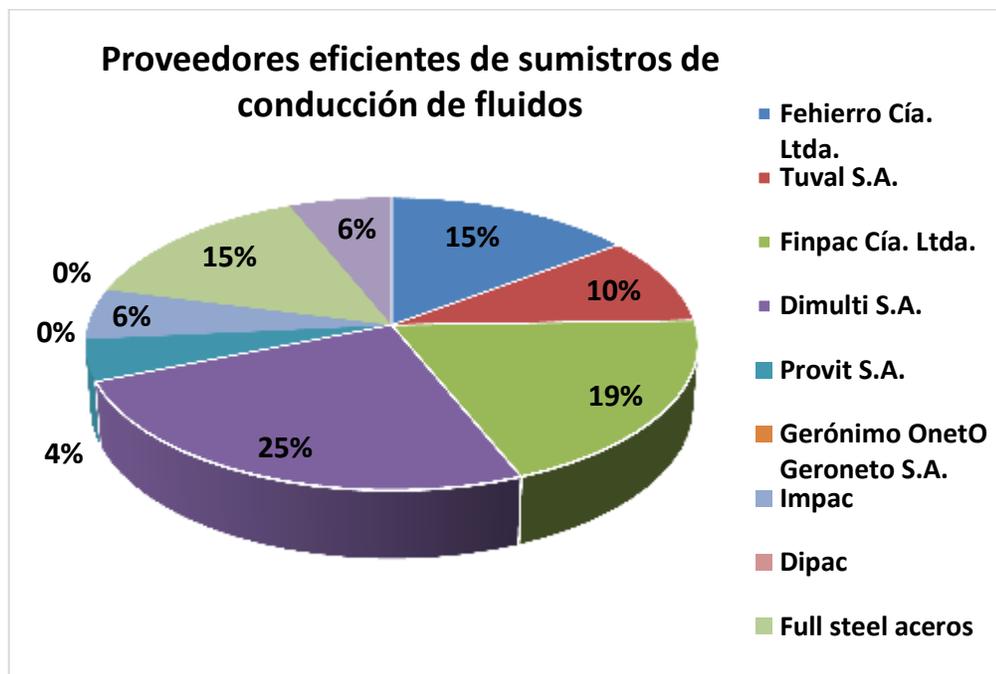
10. Nombre la empresa que provea de manera eficiente los suministros de conducción de fluidos.

Tabla 11 Proveedores eficientes de suministros de conducción de fluidos

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa acumulada
Fehierro Cía. Ltda.	29	15%	15%
Tuval S.A.	19	10%	24%
Finpac Cía. Ltda.	38	19%	44%
Dimulti S.A.	49	25%	69%
Provit S.A.	9	5%	73%
Gerónimo OnetO Geroneto S.A.	0	0%	73%
Impac	11	6%	79%
Dipac	0	0%	79%
Full steel aceros	29	15%	94%
Otros	12	6%	100%
Total	196	100%	

Elaborado por: Los autores

Gráfico 14 Proveedores eficientes de suministros de conducción de fluidos



Elaborado por: Los autores

El 25% de los encuestados indicaron que su proveedor es Dimulti S.A., un 19% indica que es la compañía Finpac Cía. Ltda y un 15% afirma que es Fehierro Cía Ltda. Esto significa que a Dimulti S.A. capta la mayor atención de las demandas en cuanto a suministros de conducción de fluidos, teniendo a la Finpac Cía. Ltda., como segunda líder en esta demanda.

CAPÍTULO III

3. PRODUCTO O SERVICIO

3.1. Características del producto a ofrecer

Los suministros para la conducción de fluidos que ofrece la empresa Full Steel Aceros Industriales están elaborados en acero inoxidable sanitario. Este material es utilizado especialmente en las plantas o fábricas del sector alimenticio ya que proporciona una mayor conservación y seguridad para la elaboración de los productos, lo cual incide en que tenga acogida por este sector de mercado.

Los productos de acero inoxidable se caracterizan por tener una mayor resistencia a la corrosión, esta resistencia se atribuye a que posee una película de óxido rico en cromo de origen natural formada en la superficie del acero. Pese a que esta película es delgada, puede adherirse fuertemente al metal y tiene la capacidad de auto repararse rápidamente en presencia de oxígeno a los daños por abrasión, corte o mecanizado. Su color es un opaco brillante que lo diferencia de los demás aceros como son el inoxidable, el acero al carbón y el galvanizado.

Otra de las características importantes de los productos que ofrece la empresa es el aval proporcionado por la ASME (Sociedad Americana de Ingenieros Mecánicos), así como también cumplen con la norma ASTM A249 (2013)⁹, Los ASTM International determinan los requisitos estándar para la elaboración de tubos de acero para los tubos de la caldera, tubos de servicios generales, tubos de acero en servicio la refinería, intercambiador de calor y los tubos del condensador, mecánicas y tubería estructural.

⁹ ASTM International. (01 de Marzo de 2013). *ASTM A249/A249M - 10a*. Recuperado el 06 de Junio de 2014, de Especificación estándar para la caldera soldada austenítico Acero, sobrecalentador, intercambiador de calor y condensador de tubos: <http://es.astm.org/Standards/A249.htm>

3.2. Cadena de valor

La cadena de valor se determina mediante el análisis de las actividades específicas mediante las cuales la empresa Full Steel Aceros Industriales pueda desarrollar una ventaja competitiva. El objetivo de estas actividades principalmente está orientado a obtener un óptimo desempeño que exceda el costo de proveer los productos y a la vez generar un margen de beneficio para la empresa.

Gráfico 15 Cadena de valor



Elaborado por: Los autores

En la cadena de valor se consideran los procesos de abastecimiento, recursos humanos, y la infraestructura de la empresa como actividades de apoyo. El abastecimiento o logística de entrada incluye la recepción de los productos de las diferentes marcas con las cuales trabaja la empresa, tales productos deben ser solicitados a los proveedores de manera oportuna para garantizar la rotación de la mercadería.

Otro de los aspectos fundamentales en la cadena de valor de la empresa Full Steel Aceros Industriales es el talento humano, para lo cual se ha desarrollado un programa de capacitaciones de modo que el personal de la empresa pueda obtener un desempeño adecuado y a la vez sea capaz de proporcionar un asesoramiento técnico a los clientes. Las capacitaciones se desarrollan con la colaboración de capacitadores nacionales como

internacionales. La evaluación constante al personal le permite a la empresa garantizar la fluidez de los procesos internos.

La infraestructura de la empresa es un aspecto fundamental, ya que es necesario que existan las condiciones físicas adecuadas para el almacenamiento de los productos, de modo que éstos no se encuentren expuestos a cualquier material que pudiera afectar su calidad.

Las operaciones primarias de la empresa incluyen también los procesos de logística interna, operaciones, logística de salida, marketing y ventas y actividades de servicio:

- La logística interna: Incluye las actividades de almacenamiento de acuerdo a los parámetros para la conservación de los productos de hierro y acero; así como también determina el control de inventario de los materiales y suministros que ingresan a la empresa.
- Procesos externa: Determina las actividades que desarrolla la empresa Full Steel Aceros Industriales para hacer llegar el producto a sus clientes. Dentro de estos procesos se determina la distribución y el cumplimiento de los pedidos al tiempo solicitado.
- Marketing y ventas: Se incluyen las actividades relacionadas a la determinación de estrategias de comercialización, las mismas que se desarrollan en base al producto y el mercado al cual se dirige la empresa. En este caso se consideran los suministros para la conducción de fluidos, los mismos que se dirigen al sector de la industria alimenticia.
- Actividades de servicio: Las actividades de servicio se determinan en relación a la asesoría y la atención oportuna que el personal de la empresa debe proporcionar a los clientes.

3.3. FODA

Fortalezas.-

- La empresa Full Steel Aceros Industriales cuenta con personal ampliamente capacitado, lo cual crea confianza de los clientes que adquieren el producto.
- Posee productos que se caracterizan por ser de buena calidad de marcas reconocidas en el mercado.
- Al contar con una buena ubicación geográfica, es posible encontrar vías de acceso rápidas que permitan distribuir con mayor rapidez el producto.
- La empresa cuenta con una cartera de clientes permanente gracias a que maneja un sistema de ventas sobre pedido y cobros periódicos.
- Los productos de la empresa cuentan con el aval proporcionado por la ASME (Sociedad Americana de Ingenieros Mecánicos), y la norma ASTM A249.

Debilidades.-

- La administración que muestra la empresa es informal, ya que no cuenta con manuales de procedimientos y no presenta un organigrama que permita delimitar funciones, haciéndose necesario crear manuales administrativos que permitan a los trabajadores tener una guía a futuro.
- La limitada promoción y publicidad, ha repercutido en que la población a la cual va dirigido el producto no tenga el conocimiento necesario de los mismos.
- La falta de un plan estratégico ha repercutido en la improvisación de actividades, lo que no permite a la empresa contar con procesos formales de planeación.

Amenaza.-

- Competencia posesionada en el mercado.
- Incremento de nuevos impuestos por parte del gobierno que afectan el desarrollo del negocio.

- Alza de aranceles en la importación de productos ferreteros industriales.
- Restricción de las importaciones en el país para determinados productos.

Oportunidades.-

- Contar con una línea de productos amplia de buena calidad con precios competitivos.
- Nuevos nichos de mercado en el sector industrial que se están ampliando debido al desarrollo de proyectos en mercado industrial tanto privado como público.
- Existe actualmente un mercado insatisfecho.
- Inversiones en productos diversificados.
- Incrementar las ventas frente a la competencia por tener líneas exclusivas de productos.

CAPÍTULO IV

4. PLANES ESTRATÉGICOS

4.1. Plan de ventas

4.1.1. Fuerza de ventas

Para Lobato y López (2009, pág. 35), “La fuerza de ventas sirve para que la empresa se relacione con clientes. Para muchos clientes, el vendedor es la empresa”. La estrategia de venta comienza generalmente por el producto. No se puede planear un sistema de distribución o fijar un precio si no se sabe que se va a comercializar. Los comerciantes usan el término producto a referirse a bienes como neumáticos, estéreos y ropa y servicios como hoteles, salones de belleza y restaurantes.

La elaboración de una estrategia de producto incluye la elección de un nombre de marca, empaque, colores, garantía, accesorios y programas de servicio. Los comerciantes analizan los productos con un contexto mucho más amplio que el que se podría imaginar, pues incluye no solo el artículo sino el nombre de la marca y la imagen de la compañía.

En el caso de la compañía FULL STEEL ACEROS es necesario que para tener un éxito en la comercialización de aceros sanitarios, se reconozcan los elementos más importantes de la venta y se los relacione con el valor que se ponga a conocimiento de los clientes. Por lo tanto, se trabajará con representantes de ventas o un equipo de ventas para ofertar el servicio de la empresa. Considerando que no es un producto de especialidad, se debe trabajar con un canal de ventas directo, donde el equipo de ventas de a conocer el producto. La fuerza de ventas representa uno de los gastos más grandes de las empresas, la optimización de vendedores de la productividad es un gran desafío. Se requiere de nuevas estrategias de venta para conservar y reforzar las condiciones en el mercado.

4.1.2. Promociones de ventas

La promoción de ventas es necesaria para atraer a nuevos clientes, para mantener a los clientes actuales, para contrarrestar la competencia, y para aprovechar las oportunidades que se revelan por la investigación de mercado. Se compone de actividades, tanto dentro como fuera, para aumentar las ventas de la compañía. El secreto para el éxito de la venta, es decir, para llegar a sus clientes potenciales es a través de agentes o distribuidores tratando de cambiar su comportamiento reactivo tradicional a una acción más proactiva.

Como proveedor de la empresa Full Steel Aceros, es necesario que inviertan en actividades de promoción de ventas para que así también refuercen su actividad de marca y proporcionen transparencia lo cual es esencial para la comprensión de futuras demandas del mercado. A veces todo lo que necesita es una buena idea para dar a su negocio un impulso promocional. Se determinan las siguientes estrategias:

Ofrezca el envío: una manera de conseguir la aceptación y el interés del cliente hacia el producto es “ofreciendo el envío” al momento que el cliente decide comprarlo, La palabra "libre" es siempre atractivo para los clientes, y el envío libre es por lo general un descuento razonable

La creación de un comercial: Hay que tener en cuenta que la publicidad influye mucho al momento de comercializar un producto, debido a esto, se debe considerar la creación de un comercial referente a los aceros sanitarios, para que la gente tenga conocimiento de qué son estos productos, para qué son utilizados y donde puede ser adquiridos.

Publicidad exterior el uso de publicidad exterior como las vallas y señales pueden dirigir a la gente a su negocio desde una ubicación única. Esto podría incluir un anuncio en su área local.

Tarjetas de comprador frecuente: ofrecer a los clientes un descuento o un producto libre luego de haber cumplido un número determinado de compras sería una estrategia para que el cliente se mantenga en el negocio.

Garantía: Un aspecto importante que genera confianza en los potenciales clientes y a la vez destaca la integridad de la empresa, es la garantía del producto que se ofrece, el mismo que se desarrollará prestando especial atención al cumplimiento de normas de la empresa y a las necesidades respectivas del cliente.

4.1.3. Política de pedidos

La política de pedidos se maneja de la forma en que la empresa determina en base a las directrices que se deben cumplir por parte del personal de la empresa. Los pedidos pueden ser realizados a través del teléfono, fax, correo electrónico y sitio web.

Ingreso de pedidos

El ingreso de pedidos se efectuará mediante los medios de transporte indicado por la compañía para el material con destino al cliente. Se controlaran de manera telefónica en horarios de oficina (9am a 6pm) de lunes a viernes, y se ingresará la información proporcionada a la base de datos para futuros pedidos.

Pagos

Se aceptarán tarjetas de crédito (visa, MasterCard, American Express), el efectivo, los depósitos y los cheques. Si el servicio supera el monto autorizado de la tarjeta de crédito es responsabilidad de la empresa comunicarse con el cliente, pero el cliente también puede autorizar para hacer ajustes de menor importancia en el formulario de pedido.

Servicios

El servicio de transporte del producto será realizado a lo acordado con el cliente. Entre 3 y 4 días laborables.

Pedidos en espera

Los pedidos en espera no se pueden anular, (como los pedidos especiales), usted puede como no puede ser llamado en relación con los pedidos pendientes debido a que existe un proceso automatizado. Si las órdenes adicionales se colocan durante un período de 15 días, el producto pendiente se consolidará con sus otras órdenes y serán enviados juntos posteriormente.

Rembolsos

Todas las reclamaciones o pérdidas se deben hacer a la compañía de transporte, si su producto llega con daños exteriores o signos de manipulación, notificar a la empresa. En el caso de que el producto haya llegado en un mal estado, dentro de 4 días posteriores a la entrega deberán hacerse las respectivas reclamaciones, y se le dará un proporcional ya pagado del producto para su arreglo.

Privacidad

Los datos del cliente son confidenciales. Si el cliente quiere actualizar algún tipo de información, como números telefónicos, o dirección y lo realiza mediante fax, llamadas telefónicas o correo electrónico, el cliente deberá proporcionar la información anterior para ser encontrada en el registro que se mantiene.

4.1.4. Políticas de créditos y cobranzas

La política de crédito en la empresa implica la realización rápida de las cuentas por cobrar que involucren procesos ordenados de principio a fin, para ellos se necesitará que el departamento encargado de la cobranza revise periódicamente esta política. La inclusión de esta política explicará los roles y responsabilidades de la autoridad de los diferentes créditos y cobranzas, evitara la redundancia y mejorará la productividad.

Condiciones de crédito

Como condición de crédito se establece la espera del valor a pagar mediante un cheque.

Límites de crédito

Se establece un límite de crédito el valor a pagar mediante el cheque en un plazo de 8 a 10 días.

4.1.5. Garantías

La garantía del producto se basa en proporcionar seguridad al cliente, en el caso de los aceros sanitarios se mantendrá la garantía de un plazo de 30 días por cualquier defecto que este producto haya tenido, en ese plazo, el cliente podrá acercarse al establecimiento y hacer el cambio o arreglo respectivo, sin ningún costo. Cabe mencionar que después de esta fecha, la garantía desaparecerá.

La seguridad del cliente representa la prioridad más alta

La seguridad del cliente es una parte fundamental en el momento de la comercialización de un producto, se debe mantener un compromiso absoluto con la seguridad y las actividades que realiza la empresa. Se mantiene capacitados al personal de servicio al cliente para que puedan proporcionar una respuesta a cualquier tipo de duda.

Información oportuna en caso de imprevistos

En caso de haber imprevistos en el momento de la distribución, el intercambio de información es realmente importante. La empresa está comprometida a asegurar que tratará cada cuestión de manera justa y consistente, en caso que no pueda llevarse el producto el día establecido.

4.2. Relación con la mercadotecnia

4.2.1. Producto

Para determinar las estrategias de producto para la empresa Full Steel Aceros Industriales S.A., es necesario considerar que se trabaja con múltiples marcas. Sin embargo, se busca potenciar la comercialización de la línea de accesorios de acero sanitario. Los productos que se incluyen en esta categoría son los siguientes:

Tabla 12 Catálogo de producto (Línea de aceros industriales)

ARTÍCULO
ABRAZADERA SANIT 3" T304 - S/M
CONECT.UNION INOX 3/4" OD T316 - SWAGELOK
CHECK VERTICAL INOX OD 3/8" X 6000LBS OD T316 <PARKER>
BARRA HN ROSCADA 1 1/8" X 3.60 MT
CONECT.BUSHING INOX ROSCADO 3/4" X 3/8" X 3000LBS - T316 UNILOK
NEPLO A/C SCH-40 1 1/2" X 7" long - S/M
NEPLO A/C SCH-40 1 1/2" X 10" long - S/M
ANGULO INOX 1 1/2" X 1/4"
THREDOLET AC ROSCADO 2" X 8 X 36 6000LBS BONNEY
ABRAZADERA VITAULICA 8" CON EMPAQUE
ABRAZADERA VITAULICA 6" CON EMPAQUE
ABRAZADERA VITAULICA 2" CON EMPAQUE
TUBO HG 1 1/2" PARA CERRAMIENTO
PERNO INOX DE 3/8" X 3/4" S/M
EMPAQUE ESPIROMETALICO AC 3" X 150LBS T316 - LAMONS
CHIKSAN AC ROSCADA 2" X 6000LBS ESTILO N.10 - ABCO
NEPLO A/C SCH-80 1/2" X 7" long - S/M
NEPLO A/C SCH-80 2" X 7" long - S/M
PLATINA INOX 1 1/2" X 1/8"
PERNO INOX 5/8" X 3"
BROCA HSS 7/8"
VARILLA HN LISA REDONDA 6 MM
CHECK CORTINA HORIZONTAL BC ROSCADA 2" X 150 RED-WHITE
NEPLO A/C SCH-40 1 1/2" X 10" long - S/M
PLATINA H/N 3/4" X 1/8"
PLANCHA CORRUGADA 2 MM
NEPLO HG 2" X 10" S/M
VALV.BOLA PVC ROSCADA 1/2" S/M
CODO HG CACHIMBA ROSCADO 1" X 150LBS-CIFUNSA
PERFIL UPN 120 X 6 MM X 6 MT
MANOMETRO S 0-200PSI C4 1/2 CV1/2 INOX C.FENOLICA - WIKA
NEPLO PVC 1 1/2" X 4" - POLIMEX
EMPAQUE AC OCTOGONAL 6" X 900LBS R45 - S/M
EMPAQUE AC OVAL 6" X 900LBS R45 - WOLAR
PERNO HN 5/8" 11 UNC X 2 1/2" GR 8
VALV.AGUJA INOX ROS M-H 1/2" X 1/4" X 3000LBS SS-16DKM8-F4 SWAGELOK
VALV.AGUJA INOX ROS M-H 1/2" X 1/4" X 3000LBS SS-16DKM8-F4 SWAGELOK
NEPLO HG ASTM 1 1/2" X 30 CM
NEPLO HG ASTM 1 1/2" X 30 CM

Fuente: (Full Steel Aceros industriales S.A., 2014)

Las estrategias de producto estarán orientadas a resaltar la calidad y los atributos del producto, los mismos que cuentan con el respaldo de marcas internacionales, estos productos han sido elaborados con acero sanitario, considerando los factores higiénicos correspondientes, por lo tanto cuentan con propiedades de hilado de alta ductilidad y excelente dibujo, formando. Este tipo de material es adecuado para su uso en el control de flujo para la alimentación y bebidas, productos lácteos, cosmética, biotecnología, farmacéutica, y las industrias de procesamiento electrónico.

4.2.2. Precio

En lo que se refiere a las estrategias de precios, se determina la aplicación de precios orientados a la competencia, debido a que existen empresas que ya se encuentran posicionadas en el mercado y comercializan productos similares, por lo que no resulta conveniente comercializar los productos de la línea de aceros sanitarios a precios muy altos, tampoco a precios muy bajos, con la finalidad de que esto no afecte a la imagen de las marcas con las que se trabaja.

Adicional se trabajará con una estrategia de precios por cartera de productos, debido a que se manejan varios tipos de accesorios en la línea de aceros sanitarios. En este sentido se definen varios niveles de precios que oscilan entre los \$0,45 a los \$156,96 dependiendo del tipo de producto. Por lo tanto, los precios se definen a continuación:

Tabla 13 Lista de precio

ARTÍCULO	CODIGO	COSTO	PEDIDO SUGERIDO	FOB
ABRAZADERA SANIT 3" T304 - S/M	10	4,67	60	\$ 280,07
CONECT.UNION INOX 3/4" OD T316 - SWAGELOK	1000	29,00	90	\$ 2.610,00
CHECK VERTICAL INOX OD 3/8" X 6000LBS OD T316 <PARKER>	10000	22,48	100	\$ 2.247,50
BARRA HN ROSCADA 1 1/8" X 3.60 MT	10001	60,91	80	\$ 4.872,96
CONECT.BUSHING INOX ROSCADO 3/4" X 3/8" X 3000LBS - T316 UNILOK	10003	7,27	100	\$ 727,13
NEPLO A/C SCH-40 1 1/2" X 7" long - S/M	10006	1,13	40	\$ 45,30
NEPLO A/C SCH-40 1 1/2" X 10" long - S/M	10007	3,58	30	\$ 107,36
ANGULO INOX 1 1/2" X 1/4"	10010	78,79	100	\$ 7.878,57
THREDOLET AC ROSCADO 2" X 8 X 36 6000LBS BONNEY	10016	60,91	40	\$ 2.436,51
ABRAZADERA VITAUICA 8" CON EMPAQUE	10017	11,36	60	\$ 681,79
ABRAZADERA VITAUICA 6" CON EMPAQUE	10018	7,26	90	\$ 653,40
ABRAZADERA VITAUICA 2" CON EMPAQUE	10019	1,00	100	\$ 100,00
TUBO HG 1 1/2" PARA CERRAMIENTO	10021	14,91	100	\$ 1.491,00
PERNO INOX DE 3/8" X 3/4" S/M	10022	0,31	80	\$ 24,80
EMPAQUE ESPIROMETALICO AC 3" X 150LBS T316 - LAMONS	10025	2,80	60	\$ 168,00
CHIKSAN AC ROSCADA 2" X 6000LBS ESTILO N.10 - ABCO	10029	402,42	70	\$ 28.169,16
NEPLO A/C SCH-80 1/2" X 7" long - S/M	10031	2,24	100	\$ 223,90
NEPLO A/C SCH-80 2" X 7" long - S/M	10032	2,22	100	\$ 221,68
PLATINA INOX 1 1/2" X 1/8"	10036	21,86	100	\$ 2.185,51
PERNO INOX 5/8" X 3"	10037	1,43	100	\$ 142,74
BROCA HSS 7/8"	10044	7,59	100	\$ 758,93
VARILLA HN LISA REDONDA 6 MM	10048	1,46	100	\$ 146,14
CHECK CORTINA HORIZONTAL BC ROSCADA 2" X 150 RED-WHITE	10049	50,03	100	\$ 5.003,46
NEPLO A/C SCH-40 1 1/2" X 10" long - S/M	10050	3,65	100	\$ 365,48
PLATINA H/N 3/4" X 1/8"	10053	3,11	100	\$ 311,25
PLANCHA CORRUGADA 2 MM	10054	48,73	100	\$ 4.873,41
NEPLO HG 2" X 10" S/M	10055	4,60	90	\$ 414,19
VALV.BOLA PVC ROSCADA 1/2" S/M	10056	2,53	10	\$ 25,28
CODO HG CACHIMBA ROSCADO 1" X 150LBS-CIFUNSA	10058	2,21	20	\$ 44,20
PERFIL UPN 120 X 6 MM X 6 MT	10061	108,25	100	\$ 10.824,50
MANOMETRO S 0-200PSI C4 1/2 CV1/2 INOX C.FENOLICA - WIKA	10062	72,05	30	\$ 2.161,54
NEPLO PVC 1 1/2" X 4" - POLIMEX	10064	1,43	100	\$ 143,41
EMPAQUE AC OCTOGONAL 6" X 900LBS R45 - S/M	10069	35,91	50	\$ 1.795,50
EMPAQUE AC OVAL 6" X 900LBS R45 - WOLAR	10071	24,36	50	\$ 1.218,04
PERNO HN 5/8" 11 UNC X 2 1/2" GR 8	10090	0,64	50	\$ 31,82
VALV.AGUJA INOX ROS M-H 1/2" X 1/4" X 3000LBS SS-16DKM8-F4 SWAGELOK	10092	50,00	50	\$ 2.500,00
VALV.AGUJA INOX ROS M-H 1/2" X 1/4" X 3000LBS SS-16DKM8-F4 SWAGELOK	10092	50,00	50	\$ 2.500,00
NEPLO HG ASTM 1 1/2" X 30 CM	10094	8,66	50	\$ 433,20
NEPLO HG ASTM 1 1/2" X 30 CM	10094	8,66	50	\$ 433,20
PROMEDIOS		31,29	2900	\$ 89.250,93

Fuente: (Full Steel Aceros industriales S.A., 2014)

4.2.3. Plaza

La empresa Full Steel Aceros industriales S.A. tiene su matriz en la Ciudad de Quito, sin embargo, cuenta con presencia en otras tres ciudades del país. En la ciudad de Cuenca, Coca y Guayaquil. En esta ciudad se encuentra ubicada en la Avenida Juan Tanca Marengo Km 2 ½ del Centro Comercial CEPROPISA (Local N° 17 y 20).

Gráfico 16 Ubicación de la empresa



Fuente: (Google Maps, 2013)

En este caso no se trabajará con canales de distribución, por lo que la empresa realizará la venta directa hacia el cliente. A pesar de que el plan de negocios está orientado a incrementar la comercialización de la línea de productos de aceros sanitarios, es preciso recalcar que la empresa tiene cobertura a nivel nacional. Para la comercialización, será necesario que la empresa maneje un sistema de logística eficiente, de modo que no existan retrasos en la entrega de los productos solicitados por los clientes.

4.2.4. Promoción

Para la promoción se define la utilización de estrategias PULL, orientadas al cliente final, debido a que no se trabajará con intermediarios. Las estrategias de promoción incluyen la aplicación de publicidad, relaciones públicas, y marketing directo. A continuación se describen las estrategias aplicadas en cada área:

Publicidad

- **ATL**

En el caso de la publicidad ATL se trabajará con una publicación de 1/2 página vertical en la revista empresarial EKOS, debido a que este tipo de revista posee una audiencia a la cual se busca captar. En el anuncio se mencionarán las características de los accesorios de aceros sanitarios y los beneficios que proporciona su utilización.

Gráfico 17 Revista



Elaborado por: Los autores

- **BTL**

Como estrategia BTL, se prevé la participación en la feria Inversa, desarrollada por el sector industrial, en este caso se contará con un stand en donde se otorgará información a los visitantes, quienes pertenecen al sector industrial de la Ciudad de Guayaquil y consecuentemente constituyen los potenciales clientes para la empresa.

Gráfico 18 Stand



Elaborado por: Los autores

- **OTL**

Se trabajará con redes sociales, en donde se expondrá la línea de productos de la categoría aceros sanitarios, en este caso se responderá de manera oportuna a los comentarios de los usuarios, con lo que se busca mantener una interacción constante con el público objetivo. En la página web de

la empresa, se incluirá un anuncio en donde se resalten los accesorios de acero sanitarios.

Gráfico 19 Facebook



Elaborado por: Los autores

Gráfico 20 Twitter



Elaborado por: Los autores

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

5.1. Determinación de la inversión inicial

Tabla 14 Inversión en activos fijos

INVERSION EN ACTIVOS FIJOS						
Cantidad	ACTIVO	Valor de Adquisición Individual	Valor de Adquisición Total	Vida Útil	Depreciación Anual %	Depreciación Anual
MUEBLES Y EQUIPOS						
3	ESCRITORIO TABLERO MODULAR	150.00	450.00	10	10%	45.00
4	COMPUTADOR DUAL2.99/4GB/250GBDD/19"LCD/DVD	450.00	1,800.00	3	33%	600.00
3	SILLA EJECUTIVO	90.00	270.00	10	10%	27.00
5	TABLETS SAMSUNG 10" GALAXI	670.00	3,350.00	3	33%	1,116.67
3	TELÉFONOS INTERCOMUNICADOS PANASONIC	96.00	288.00	3	33%	96.00
1	GABINETE PARA ARCHIVAR 120X60 CM	200.00	200.00	10	10%	20.00
1	IMPRESORA MULTIFUNCIÓN HP	650.00	650.00	3	33%	216.67
TOTALES			7,008.00			2,121.33

Elaborado por: Los autores

Para la inversión en activos fijos, se requerirán \$2121,33 en la que están los muebles y equipos de oficina, debido a que es esencial saber los recursos con los que se va a contar para la generación del negocio.

Tabla 15 Depreciación

ACTIVOS FIJOS A DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN ACUMULADA											
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	TOTAL	
ESCRITORIO TABLERO MODULAR	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	450.00
COMPUTADOR DUAL2.99/4GB/250GBDD/19"LCD/DVD	600.00	600.00	600.00	-	-	-	-	-	-	-	-	1,800.00
SILLA EJECUTIVO	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00	270.00
TABLETS SAMSUNG 10" GALAXI	1,116.67	1,116.67	1,116.67	-	-	-	-	-	-	-	-	3,350.00
TELÉFONOS INTERCOMUNICADOS PANASONIC	96.00	96.00	96.00	-	-	-	-	-	-	-	-	288.00
GABINETE PARA ARCHIVAR 120X60 CM	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	200.00
IMPRESORA MULTIFUNCIÓN HP	216.67	216.67	216.67	-	-	-	-	-	-	-	-	650.00
DEPRECIACIÓN ANUAL	2.121	2.121	2.121	92	92	92	92	92	92	92	92	7.008
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	2.121	4.243	6.364	6.456	6.548	6.640	6.732	6.824	6.916	7.008		

Elaborado por: Los autores

Tabla 16 Inversión en capital de trabajo

Meses a empezar (antes de producir o vender)		Inversión en Capital de Trabajo	
1	Valor Mensual Costos Fijos	4,790.00	4,790.00
1	Valor Mensual Costos Variables (MATERIA PRIMA)		115,523.98
	TOTAL		120,313.98

Elaborado por: Los autores

La inversión en capital de trabajo es de \$120313,98, en lo que se identifica el valor mensual de costos fijos, así como lo de los costos variables, tomando como referencia 1 mes para dar inicio al trabajo.

Tabla 17 Inversión inicial

Total de Inversión Inicial	
Inversión en Activos Fijos	7,008.00
Inversión en Capital de Trabajo	120,313.98
	127,321.98

Elaborado por: Los autores

En el caso de la inversión inicial se requerirá contar con activos fijos y capital de trabajo, ya que es fundamental conocer cuál va a ser el inicio de partida del trabajo.

5.2. Fuentes de financiamiento

Tabla 18 Fuentes de financiamiento

Financiamiento de la Inversión de:		127,321.98
Recursos Propios	63,660.99	50%
Recursos de Terceros	63,660.99	50%

Elaborado por: Los autores

Para el financiamiento de la inversión se necesitará del 50% de recursos propios y 50% de terceros, teniendo como resultado a financiar \$63660,99.

Tabla 19 Amortización

Amortización de la Deuda Anual					
Años	2013	2014	2015	2016	2017
Pagos por Amortizaciones	10,106.48	11,276.00	12,580.84	14,036.68	15,660.99
Pago por Intereses	6,503.25	5,333.73	4,028.89	2,573.05	948.74
Servicio de Deuda	16,609.73	16,609.73	16,609.73	16,609.73	16,609.73

Elaborado por: Los autores

El pago por intereses que se realizará será de \$6503,25 en el primer año, lo que al quinto año reflejará \$948,74.

5.3. Presupuesto de ingresos gastos y costos

Gastos

Tabla 20 Gastos de sueldos y salarios

Gastos en Sueldos y Salarios									
Cargo	Sueldo / mes	Sueldo / año	Comisiones / año	13ro Sueldo / año	14to Sueldo / año	Vacaciones / año	Fondo de Reserva / año	Aporte Patronal / año	Gasto / año
Gerente línea	800.00	9,600.00	0.00	800.00	340.00	400.00	800.00	1,104.00	13,044.00
Vendedor Guyaquil X 2	680.00	8,160.00	0.00	680.00	340.00	340.00	680.00	938.40	11,138.40
Vendedor Quito X 2	680.00	8,160.00	0.00	680.00	340.00	340.00	680.00	938.40	11,138.40
Vendedor Coca	340.00	4,080.00		340.00	340.00	170.00	340.00	469.20	5,739.20
Mercadotecnista	500.00	6,000.00	0.00	500.00	340.00	250.00	500.00	690.00	8,280.00
Secretaria de ventas	340.00	4,080.00	0.00	340.00	340.00	170.00	340.00	469.20	5,739.20
Total	3,340.00	40,080.00	0.00	3,340.00	4,420.00	1,670.00	3,340.00	4,609.20	57,459.20

Elaborado por: Los autores

La inversión en sueldos y salarios será de \$57459.20, ya que están incluidos los beneficios sociales y demás rubros, los cuales deben de ser cancelados al personal por las actividades desarrolladas.

Tabla 21 Gastos de servicios básicos

Gastos en Servicios Básicos		
CONCEPTO	Gasto / mes	Gasto / año
TV Cable telefonía fija	50.00	600.00
TV Cable Internet	20.00	240.00
Empresa Eléctrica	80.00	960.00
TOTAL	150.00	1,800.00

Elaborado por: Los autores

Tabla 22 Gastos de ventas

Gastos de Ventas					
MEDIO	COSTO/PAUTA	# DE PAUTAS /MES	INVERSIÓN MENSUAL	MESES A INVERTIR	Gasto / año
AFICHES (1000)	35.00	1.00	35.00	12.00	420.00
BTL	300.00	1.00	300.00	12.00	3,600.00
ATL	800.00	1.00	800.00	6.00	4,800.00
REDES SOCIALES	300.00	1.00	300.00	6.00	1,800.00
PÁGINA WEB	100.00	1.00	100.00	6.00	600.00
TOTAL					11,220.00

Elaborado por: Los autores

En cuanto a los gastos publicitarios, se requerirá un total de \$ 11220, en medios ATL, BTL y redes sociales.

Tabla 23 Proyección de gastos fijos

Gastos Fijos / Años						
TIPO DE COSTO	2015	2016	2017	2018	2019	Promedio Mensual Primer
Gastos Sueldos y Salarios	57,459.20	59,251.93	61,100.59	63,006.93	64,972.74	4,788.27
Gastos en Servicios Básicos	1,800.00	1,856.16	1,914.07	1,973.79	2,035.37	150.00
Gastos de Ventas	11,220.00	11,570.06	11,931.05	12,303.30	12,687.16	935.00
Gastos Varios	4,380.00	4,516.66	4,657.58	4,802.89	4,952.74	365.00
Total Gastos Fijos	74,859.20	77,194.81	79,603.29	82,086.91	84,648.02	1,559.57

Elaborado por: Los autores

Tabla 24 Costos variables en caso de importación

<u>COSTOS VARIABLES EN CASO DE IMPORTACIÓN</u>		
<u>DETERMINACIÓN DE COSTOS DE IMPORTACIÓN</u>		
Cantidad a importar		1 UNIDADES
Costo Unitario CFR	\$	89,250.93
<u>TIPO DE GASTO</u>		<u>GASTO</u>
FOB	\$	89,250.93
Flete	\$	1,800.00
CFR	\$	91,050.93
SEGURO	\$	910.51
CIF	\$	91,961.44
FODINFA	\$	459.81
ISD 5%	\$	4,552.55
Aranceles20%	\$	17,850.19
Honorarios Despachador	\$	200.00
Gastos Varios	\$	10.00
Gastos Navieros	\$	10.00
Gastos de Almacenaje	\$	40.00
Gastos de Transporte Terrestre	\$	230.00
Gastos de Custodia	\$	210.00
	\$	115,523.98
<u>COSTO C/producto</u>	\$	115,523.98

Elaborado por: Los autores

Se requerirá un valor de \$ 115523,98 en mercadería.

Tabla 25 Gastos fijos y variables acumulados

Costos totales					
TIPO DE COSTO	2015	2016	2017	2018	2019
GASTO FIJO	74,859.20	77,194.81	79,603.29	82,086.91	84,648.02
COSTOS VARIABLES	490,976.91	531,610.16	575,606.21	623,243.38	674,823.00
TOTALES	565,836.11	608,804.96	655,209.50	705,330.29	759,471.02

Elaborado por: Los autores

Como normalmente se da en todo plan de negocio, es esencial la inversión en gastos tanto fijos como variables, ya que es primordial conocer lo que se va a necesitar para poner en marcha el trabajo.

Tabla 26 Proyecciones de ventas primer año

CICLO DE PRODUCTO O ESTACIONALIDAD	5.0%	6.0%	7.0%	8.0%	8.0%	9.0%	9.0%	9.0%	9.0%	9.0%	10.0%	11.0%	100.0%
PROYECCIÓN DE UNIDADES VENDIDAS DEL AÑO 1													
UNIDADES PRODUCIDAS / MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	PROYECCIÓN DE UNIDADES VENDIDAS DEL AÑO 1
CONTENEDOR DE 20 PIES	0.21	0.26	0.30	0.34	0.34	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.43	0.47	4.25
VENTAS TOTALES EN UNIDADES	0.21	0.26	0.30	0.34	0.34	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.43	0.47	4.25

PRESUPUESTO DE VENTAS DEL AÑO 1													
VENTAS EN DÓLARES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	PRESUPUESTO DE VENTAS DEL AÑO 1
CONTENEDOR DE 20 PIES	30,686.06	36,823.27	42,960.48	49,097.69	49,097.69	55,234.90	55,234.90	55,234.90	55,234.90	55,234.90	61,372.11	67,509.32	613,721.13
VENTAS TOTALES EN DÓLARES	30,686.06	36,823.27	42,960.48	49,097.69	49,097.69	55,234.90	55,234.90	55,234.90	55,234.90	55,234.90	61,372.11	67,509.32	613,721.13

Elaborado por: Los autores

Tabla 27 Proyección de ventas

UNIDADES PROYECTADAS A VENDER EN 5 AÑOS					
	2015	2016	2017	2018	2019
Incremento en ventas proyectado		5%	5%	5%	5%
CONTENEDOR DE 20 PIES	4	4	5	5	5

Elaborado por: Los autores

El incremento de las ventas año a año será del 5%, esto está dado por el número de contenedores que se comercializarán.

5.4. Factibilidad financiera

Tabla 28 Flujo de efectivo

Flujo de Efectivo					
	2015	2016	2017	2018	2019
Utilidad antes Imptos Renta	39,260.45	47,479.38	63,443.71	87,295.23	116,296.08
(+) Gastos de Depreciación	2,121.33	2,121.33	2,121.33	92.00	92.00
(-) Inversiones en Activos	0	0	0	0	0
(-) Amortizaciones de Deuda	10,106.48	11,276.00	12,580.84	14,036.68	15,660.99
(-) Pagos de Impuestos	0.00	13,230.77	16,000.55	21,380.53	29,418.49
Flujo Anual	31,275.30	25,093.94	36,983.65	51,970.01	71,308.60
Flujo Acumulado	31,275.30	56,369.24	93,352.89	145,322.91	216,631.51
Pay Back del flujo	-96,046.68	-70,952.74	-33,969.08	18,000.93	89,309.53

Elaborado por: Los autores

En el flujo de efectivo se muestra el año del retorno de la inversión, el cual es en el año 2018.

Tabla 29 Flujo de efectivo

CÁLCULO DE TIR Y VAN							
% de Repartición Utilidades a Trabajadores		15%	15%	15%	15%	15%	
% de Impuesto a la Renta		22%	22%	22%	22%	22%	
Año	0	1	2	3	4	5	5
Ventas	0	613,721	663,739	724,803	795,291	876,808	
Costos Variables	0	490,977	531,610	575,606	623,243	674,823	
Costos Fijos	0	74,859	77,195	79,603	82,087	84,648	
Flujo de Explotación	0	47,885	54,934	69,594	89,960	117,337	
Repart. Util	0	0	8,240	10,439	13,494	17,601	
Flujo antes de Imp Rta	0	47,885	46,694	59,155	76,466	99,736	
Imppto Rta	0	10,535	10,273	13,014	16,823	21,942	
Flujo después de Impuestos	0	37,350	36,422	46,141	59,644	77,794	
Inversiones	-127,322	0	0	0	0	0	
Flujo del Proyecto Puro	-127,322	37,350	36,422	46,141	59,644	77,794	Perpetuidad 378,365
TMAR		20.00%					
IMPUESTO POR EL ACCIONISTA							
Valor Actual	-127,322	31,125	25,293	26,702	28,763	31,264	152,056
		31,125	56,418	83,120	111,883	143,147	
VAN	167,881						
TIR	44.15%						

Elaborado por: Los autores

La valoración demuestra la viabilidad económica y financiera del proyecto, al tener valores superiores en cuanto a la TIR y el VAN.

5.5. Análisis de sensibilidad

Tabla 30 Análisis de sensibilidad de las ventas

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD EN LAS VENTAS	PESIMISTA	PROYECTADO	CONSERVADOR	OPTIMISTA
% DE CAMBIO EN LAS VENTAS	-7.00%	0%	5%	10%
VAN	35,788	167,881	421,488	664,783
TIR	23.08%	44.15%	76.14%	99.65%

Elaborado por: Los autores

En cuanto a la sensibilidad se muestra el tope de pérdida de venta o el aumento de costos, para aún así poder mantener el negocio.

Tabla 31 Análisis de sensibilidad de los costos

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	OPTIMISTA	PROYECTADO	CONSERVADOR	PESIMISTA
% DE CAMBIO EN LOS COSTOS	-5.00%	0%	4%	7%
VAN	485,303	167,881	175,260	71,912
TIR	80.77%	44.15%	42.74%	28.47%

Elaborado por: Los autores

5.6. Seguimiento y evaluación

El seguimiento y la evaluación del proyecto se realizarán mediante herramientas internas de estudio, a través de indicadores que permitan identificar el cumplimiento de los objetivos establecidos. Además, se hará uso de la investigación de mercados para identificar los resultados obtenidos de las estrategias propuestas.

5.6.1. Indicadores a evaluar cumplimiento

Tabla 32 Indicadores

Objetivos estratégicos 2014	Señal verde >	95%	0 a 100 valores	Inicio													
	Señal amarilla >	90%															
	Señal roja <	90%															
Ventas																	
Objetivos	Indicadores	Unidad Medida	Signo	Objetivo %	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Reducción costes	Costes Totales	Dólar	+	-10.0%													
Incremento Ventas	Ventas Totales	Dólar	+	25.0%													

Elaborado por: Los autores

CAPÍTULO VI

6. RESPONSABILIDAD SOCIAL

6.1. Base legal

En lo que se refiere a la base legal, se consideran normativas y artículos establecidos que inciden en las actividades de la empresa, como es el caso de la Constitución de la República del Ecuador (2008), donde se menciona lo siguiente:

Art. 284: La política económica tendrá los siguientes objetivos:

1. Asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional.
2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.
3. Asegurar la soberanía alimentaria y energética.
4. Promocionar la incorporación del valor agregado con máxima eficiencia, dentro de los límites biofísicos de la naturaleza y el respeto a la vida y a las culturas.
5. Lograr un desarrollo equilibrado del territorio nacional, la integración entre regiones, en el campo, entre el campo y la ciudad, en lo económico, social y cultural.
6. Impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales.
7. Mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo.
8. Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes.
9. Impulsar un consumo social y ambientalmente responsable.

Como se menciona en la Constitución de la República del Ecuador, el Estado promueve el desarrollo industrial, la incorporación de valor agregado y la producción sostenible, para lo que se menciona la implementación de bienes eficientes. En este caso la utilización de aceros sanitarios en las industrias, particularmente las del sector alimenticio, les permitirá garantizar que la producción se realice de manera responsable, considerando que las

características del producto son mucho más higiénicas para la producción de alimentos.

6.2. Medio ambiente

En el aspecto ambiental, los productos comercializados por la empresa Full Steel Aceros Industriales S.A., son fabricados por productores internacionales, quienes en sus procesos de producción aplican técnicas que afectan al medio ambiente. La preocupación por el medio ambiente, en el caso de productos metálicos, ha incidido que los fabricantes de artículos sanitarios a utilizar metales reciclados y para proporcionar productos más eficientes.

Considerando que la empresa busca desarrollar una imagen apegada a la responsabilidad social, ésta se encarga de promover la sostenibilidad del medio ambiente, haciendo partícipes a sus clientes de la importancia del cuidado del medio ambiente, principalmente porque su cliente potencial está conformado por empresas del sector industrial.

6.3. Beneficiarios directos e indirectos de acuerdo al Plan del Buen Vivir

Según lo establecido en el Plan Nacional del Buen Vivir, (2013), en cuyo décimo objetivo menciona lo siguiente:

Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva.

10.1 Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional

10.2. Consolidar la transformación productiva de los sectores prioritarios industriales y de manufactura, con procesos de incorporación de valor agregado que maximicen el componente nacional y fortalezcan la capacidad y de aprendizaje colectivo.

En este caso, como beneficiarios directos del proyecto se encuentran las empresas industriales, las cuales podrán adquirir un producto de calidad que se ajuste a los requerimientos en cuanto a higiene y sanidad para la fabricación de sus plantas, lo cual les permitirá lograr una mayor eficiencia en sus procesos de

producción y garantizar al consumidor la calidad de sus productos, ajustándose a las normativas vigentes en el caso de las industrias alimenticias.

También se consideran como beneficiarios a la empresa Full Steel Aceros Industriales S.A., ya que mediante la aplicación de las estrategias propuestas se contribuirá a incrementar las ventas de la línea de productos de aceros sanitarios, de manera que puedan obtener una mayor rentabilidad e incrementar su cartera de clientes industriales.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- La investigación permitió reconocer que un aspecto importante para los clientes potenciales es el precio y la tecnología que posean los accesorios de acero sanitario, particularmente para la conducción de fluidos.
- En el país, las empresas del sector industrial deben considerar ciertas especificaciones para la construcción de sus plantas, en especial con respecto a la utilización de los materiales, puesto que como es el caso de las empresas alimenticias, se necesita utilizar aceros sanitarios para garantizar la calidad del producto que será producido. Por lo que debido a este factor, existe una demanda a la cual se puede satisfacer.
- Se pudo identificar que existe un nivel de insatisfacción por parte de las empresas al adquirir suministros y materiales de acero sanitario, por lo que se puede captar este nicho de mercado resaltando las características del producto y los beneficios de su utilización.

Recomendaciones

- Es importante manejar el precio en relación a los precios de los competidores, evitando aplicar precios altos, ya que el precio es un aspecto importante para los clientes.
- Se recomienda una vez concluida la campaña de promoción, considerar la utilización de otros medios publicitarios para captar la atención de los potenciales clientes. Se menciona también la importancia de realizar continuamente campañas para lograr una mayor recordación de la empresa y los productos de la línea de aceros sanitarios.

- Se recomienda posterior a la aplicación de las estrategias, realizar un estudio para identificar la satisfacción de los clientes. En este caso, se deberá realizar un seguimiento constante de las sugerencias y requerimientos de los clientes.

BIBLIOGRAFÍA

- A. N. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito.
- Amo Baraybar, Francisco. (2012). *El cuadro de mando integral <Balanced Scorecard>*. Madrid: ESIC.
- Banco Central del Ecuador*. (2013). Recuperado el 3 de Abril de 2014, de Banco Central del Ecuador: Banco Central del Ecuador
- Blaxter, L., Huguer, C., & Tight, M. (2009). *Cómo se investiga*. Barcelona: Grao.
- Cámara de Comercio de Guayaquil. (2012). *Cámara de Comercio de Guayaquil*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2012, de Cámara de Comercio de Guayaquil: <http://www.lacamara.org/website/>
- Cámara de Industrias de Guayaquil. (15 de Diciembre de 2013). *Información*. Recuperado el 11 de Junio de 2014, de Información para inversionistas: <http://www.industrias.ec/contenido.ks?categoriald=2244>
- Durán, M., & Rogero, J. (2009). *La investigación sobre el uso del tiempo*. Madrid: CIS.
- Full Steel Aceros industriales S.A. (2014). *Catálogo de productos*. Guayaquil: Full Steel Aceros industriales S.A.
- Google Maps. (13 de Diciembre de 2013). *Google Maps*. Recuperado el 31 de Junio de 2014, de <https://www.google.com.ec/maps/search/Avenida+Juan+Tanca+Marengo+Km+2+%C2%BD/@-2.1470185,-79.9117245,14z?hl=es>
- Harvard Business Publishing. (2009). *Crear sin Plan de Negocios*. Chile: Copyright.
- Lobato, F., & López, M. (2009). *Operaciones de venta*. Madrid: Editorial Paraninfo.

Ministerio Coordinador de producción, empleo y competitividad. (27 de Junio de 2013). *Atpdea y su renuncia*. Quito: Presidencia de la República.

Philip Kotler. (2002). Dirección de marketing: Conceptos esenciales. En P. Kotler, *Dirección de marketing: Conceptos esenciales* (pág. 23). México: PEARSON EDUCACIÓN.

Plan Nacional del Buen Vivir. (2014). *Buen Vivir*. Recuperado el 20 de Mayo de 2014, de Buen Vivir: <http://www.buenvivir.gob.ec/69>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Buen Vivir: Objetivo 10*. Recuperado el 13 de Agosto de 2014, de Web Site Buen Vivir: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva#tabs2>

ANEXOS

Modelo de cuestionario

1. ¿Usted maneja las compras de los suministros de acero sanitario?

Si	
No	

2. ¿Cuán importante es para usted que su empresa cuente con los materiales adecuados en cuanto calidad en su planta de producción?

Muy importante	
Importante	
Poco importante	
Nada importante	

3. Al hacer la compra del equipamiento de la empresa en sus diferentes elementos de la producción ¿Cuál es la prioridad que prepondera?

Tecnología	
Precio	
Crédito	
Asesoría personalizada	
Órdenes superiores	
Otros	

4. ¿Qué tan importante es la tecnología en la conducción de fluidos en su empresa?

Muy importante	
Importante	
Poco importante	
Nada importante	

5. De entre los siguientes, ¿Qué tipo de materiales requiere con mayor frecuencia para su empresa?

Suministros de conducción de fluidos	
Tubería de conducción de fluidos	
Ninguno de ellos	

6. En base a su experiencia al adquirir suministros y materiales de acero sanitario, indique: ¿Cuán satisfecho está?

Muy satisfecho		#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Satisfecho		#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Poco satisfecho		#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Nada satisfecho		#¡DIV/0!	#¡DIV/0!

Elaborado por: Los autores

7. ¿De cuántos proveedores dispone de los materiales de conducción de fluidos para su empresa?

0 (cero)	
1 a 3	
4 a 6	
7 o más	

8. Si hubiera alguna queja ¿Cuál o cuáles ha tenido con las empresas proveedoras de los materiales de conducción de fluidos (acero sanitario) adquiridos?

Precios altos	
Entregas parciales	
Entregas tardías	
Mala asesoría	
Mala comunicación	
Otro	

9. ¿Estaría dispuesto a adquirir suministros de conducción de fluidos de una nueva que le cumpla en sus necesidades?

Muy de acuerdo	
De acuerdo	
No opina	
Desacuerdo	
Total desacuerdo	

10. Nombre la empresa que provea de manera eficiente los suministros de conducción de fluidos.

Fehierro Cía. Ltda.	
Tuval S.A.	
Finpac Cía. Ltda.	
Dimulti S.A.	
Provit S.A.	
Gerónimo OnetO	
Geroneto S.A.	
Impac	
Dipac	
Full steel aceros	
Otros	