

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA DE MARKETING**

**Trabajo de Titulación Examen Complexivo para a la obtención
del grado de Magister en Gerencia de Marketing**

**ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA EN CLIENTES
INDUSTRIALES PARA EL DESARROLLO DE PALLETS ANTI
DERRAME EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.**

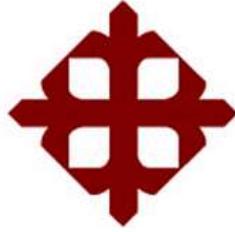
Autor:

Ing. Lies Antonio Emen Gallegos

Tutora:

Ing. Ruth Sabrina Rojas Dávila, Mgs.

Guayaquil, 6 de Noviembre del 2017



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA DE MARKETING**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Emen Gallegos Lies Antonio

DECLARO QUE:

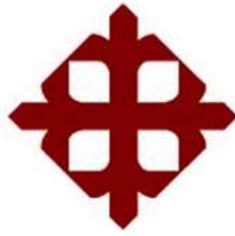
El componente práctico del examen complejo, “Análisis del comportamiento de compra en clientes industriales para el desarrollo de pallets anti derrame en la ciudad de Guayaquil” previo a la obtención del Título de **Magister en gerencia de marketing**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 06 de Noviembre del 2017

EL AUTOR

f. _____
Emen Gallegos Lies Antonio



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA DE MARKETING**

AUTORIZACIÓN

Yo, Lies Antonio Emen Gallegos

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo “Análisis del comportamiento de compra en clientes industriales para el desarrollo de pallets anti derrame en la ciudad de Guayaquil”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 06 de Noviembre del 2017

EL AUTOR:

f. _____
Emen Gallegos Lies Antonio

INFORME DEL URKUND:

URKUND Ruth Sabrina Rojas Dávila (sabrina.rojas)

Documento: Estructura de tesis 02 de octubre 2017.docx (D30958718)

Presentado: 2017-10-02 11:25 (-05:00)

Presentado por: sabri_rojas78@hotmail.com

Recibido: sabrina.rojas.ucsp@analysis.orkund.com

Mensaje: Rv: Tesis Lies Emen [Mostrar el mensaje completo](#)

de estas 22 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	https://ensi.com/visiama2wq/la-confiracion-y-funcionamiento-de-los-servici...
	https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_comerciales/articulo/view/11/04...
	http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/05/NTE_INEN_22...
	TESIS CHRISTIAN MENDES VF2.pdf
	https://diciionarioeconomia.blogspot.com/2016/02/que-es-un-consumidor-industria...
	http://wula.ambiente.gob.ec/documenta/10179/183886/ACUERDO+061+REFORMA+LJ...

100% #1 Activo Fuente externa: <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/05/...> 100%

NORMA TÉCNICA ECUATORIANA NTE INEN 2266:2013 Segunda revisión TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y MANEJO DE MATERIALES PELIGROSOS.

2.

Normativa Ambiental a.

REGLAMENTO AMBIENTAL DE ACTIVIDADES HIDROCARBURIFERAS Decreto Ejecutivo 1215 Registro Oficial 265 de 13-feb-2001 Última modificación: 29-sep-2010 Estado: Vigente.

b. Acuerdo Ministerial 026: REFORMA DEL LIBRO VI DEL TEXTO UNIFICADO DE LEGISLACIÓN SECUNDARIA c. Plan de Manejo Ambiental PMA 3.

Programa de Seguridad y Salud en el trabajo: Sistema de gestión de Seguridad y Salud en los Centros de trabajo del país.

Demostrando así el creciente interés de las organizaciones de este sector en alcanzar y demostrar un sólido desempeño a nivel de las normativas mencionadas.

Barreras/riesgos de la capacidad Identificación de alternativas Evaluación de alternativas Partición

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por concederme esta petición de graduarme.

Por haberme dado la fuerza y la perseverancia para culminar esta etapa tan importante de mi vida.

Agradezco a PICA por haberme apoyado en mi crecimiento profesional. Una mención especial a Jorge Cordero, Gerente General.

A los Docentes que con paciencia transmitieron sus conocimientos.

A mis compañeros de maestría con quienes entable una relación de amistad que continuara luego de habernos graduado.

Ing. Lies Antonio Emen Gallegos

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia. Mi esposa de quien recibí su apoyo durante el periodo de la maestría. Gracias por su tolerancia y amor.

A mis 2 hijas, mi mayor motivación para seguir creciendo.

Ing. Lies Antonio Emen Gallegos

RESUMEN

Analizar el comportamiento del consumidor industrial es una ardua tarea, depende de factores que van más allá de la sola necesidad de la compra de materia prima para la producción del producto final o la compra de un ítem terminado, depende de elementos tales como el precio, los influenciadores dentro de la organización y el cumplimiento de normativas que o la consecución de certificaciones que elevan la percepción del cliente final. Así también y tomando en cuenta que el recurso humano es el principal actor de la cualquier categoría de industria, debe ser protegido por medio del programa de seguridad ocupacional. La investigación busca establecer los componentes en la cadena de compra que determinan la decisión final a nivel de industrial, así también la potencialidad del mercado en cuanto a ventas y rentabilidad. Se aplicó una metodología de investigación descriptiva e inductiva. El enfoque de la investigación fue cuantitativo, permitiendo conocer de primera mano las necesidades de la industria a través de herramientas como la encuesta. Los resultados de la investigación permitieron conocer a PLASTIC S.A. la amplia necesidad latente de la industria en la ciudad de Guayaquil con relación a herramientas que permitan realizar sus procesos de forma confiable y segura tanto para el personal como para el desarrollo de la producción.

Palabras claves: Comportamiento de consumidor industrial, pallets anti-derrame, normativas.

ABSTRACT

Analyzing the behavior of the industrial consumer is an arduous task, depends on factors that go beyond the mere need of the purchase of raw material for the production of the final product or the purchase of a finished item, depends on elements such as price, influencers within the organization and compliance with regulations or the achievement of certifications that raise the perception of the final customer. Thus, and taking into account that the human resource is the main actor of any category of industry, it must be protected through the occupational safety program. The research seeks to establish the components in the purchase chain that determine the final decision at the industrial level, as well as the potential of the market in terms of sales and profitability. A descriptive and inductive research methodology was applied. The research approach was quantitative, allowing first-hand knowledge of the needs of the industry through tools such as the survey. The results of the investigation allowed to know PLASTIC S.A. the wide latent need of the industry in the city of Guayaquil in relation to tools that allow to perform their processes reliably and safely both for the staff and for the development of production.

Key words: Industrial consumer behavior, anti - spill pallets, normatives.

INDICE GENERAL

RESUMEN.....	IX
ABSTRACT.....	X
CAPÍTULO 1: ASPECTOS GENERALES DEL ESTUDIO.....	1
1.1 INTRODUCCIÓN	1
1.2 PROBLEMA	3
1.3 JUSTIFICACIÓN	5
1.3.1 Justificación empresarial	6
1.3.2 Justificación social	6
1.3.3. Justificación académica.....	6
1.4 OBJETIVOS	7
1.4.1 Objetivo General	7
1.4.2 Objetivos Específicos.....	7
1.5 RESULTADOS ESPERADOS	7
CAPÍTULO 2: FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.....	8
2.1 Marco Teórico.....	8
2.1.2 Mercadeo industrial.....	8
2.1.3 Mercado industrial y mercado de consumo	9
2.1.4 Características de la demanda del mercadeo industrial:	9

la demanda del mercado industrial posee ciertas características que la hacen particular en el momento de tomar decisiones estratégicas de mercadeo: La

demanda es derivada de la de bienes de consumo, dependiendo de los movimientos de éstos. La demanda es inelástica, pues en muchos casos el costo de la materia prima representa poco en el total del producto final. (Gomez, 2001)....	9
2.1.5 ¿Qué es un consumidor final industrial?.....	9
2.1.6 Proceso de compra	9
2.1.7 La conducta de compra	10
2.1.8 Etapas del proceso de decisión de compra.....	10
2.1.10 ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA EN CLIENTES INDUSTRIALES	11
2.1.11¿Qué es un consumidor final industrial?.....	11
2.1.12 Las decisiones de compra del comprador industrial	11
2.2 Marco legal (Normativas)	12
CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
3.1 Antecedentes	17
3.2 Necesidades de Mercado.....	18
3.3 Objetivos de la investigación	18
3.3.1 Objetivo general SMART	18
3.3.2 Objetivos específicos.....	18
3.4 Metodología de la investigación	19
3.4.1 Métodos.....	19
3.4.2 Enfoque de la investigación	19
3.4.3 Tipo de investigación	19

3.4.4	Técnicas de investigación.....	19
3.5	Mercado Meta	20
3.5.1	Macro segmentación.....	21
3.5.2	Micro segmentación	21
3.6	Población de la investigación.....	22
3.6.1	Muestra.....	23
3.6.1.1	Muestreo	23
CAPÍTULO 4: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN		25
4.1	Resultados de la investigación	25
4.2	Resultados cuantitativos.....	37
CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES		40
5.1	Conclusiones	40
Referencias.....		45

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Mercado atendido Pallets antiderrame	4
Tabla 2 2Tipos de comportamiento en la decisión de compra.....	10
Tabla 3 Características demográficas de las empresas industriales	20
Tabla 4 SECTORES INDUSTRIALES EMPRESA PLASTIC S.A.	21
Tabla 5 PARTICIPACION PORCENTUAL POR RAMAS INDUSTRIALES DE LA EMPRESA PLASTIC S.A.....	21
Tabla 6 Pregunta 1	25
Tabla 7 Pregunta 2	27
Tabla 8 Pregunta 3	28
Tabla 9 Pregunta 4	29
Tabla 10 Pregunta 5	30
Tabla 11 Pregunta 6	31
Tabla 12 Pregunta 7	32
Tabla 13 Pregunta 8	33
Tabla 14 Pregunta 9	35
Tabla 15 Pregunta 10	36

INDICE FIGURAS

Figura 1 Pallet anti derrame (L.30x1.30x15 cms).....	2
Figura 2 El proceso del comprador consta de 5 etapas	10
Figura 3 Diferentes estructuras de un canal de marketing	12
Figura 4 El proceso de Compra Industrial	17
Figura 5 PARTICIPACION PORCENTUAL POR RAMAS INDUSTRIALES DE LA EMPRESA PLASTIC S.A.	22
Figura 6 Selección de la muestra	23
Figura 7 Pregunta 1	26
Figura 8 Pregunta 2	27
Figura 9 Pregunta 3	28
Figura 10 Pregunta 4	29
Figura 11 Pregunta 5	30
Figura 12 Pregunta 6	31
Figura 13 Pregunta 7	32
Figura 14 Pregunta 8	34
Figura 15 Pregunta 9	35
Figura 16 Pregunta 10	36

CAPÍTULO 1: ASPECTOS GENERALES DEL ESTUDIO

1.1 INTRODUCCIÓN

“La actividad industrial es fundamental actora del progreso nacional, tanto por los puestos de trabajo que genera, cuanto por los profundos efectos dinamizadores que provoca en otras áreas de la producción” (CIG, 2010).

Áreas, como la agropecuaria, la pesquera y acuícola, la construcción, la minera, la energética, la silvícola, la de turismo y hotelería, así como la de servicios comerciales, bancarios, financieros y de seguros; transporte y telecomunicaciones; desarrollo y adaptación de tecnologías de producción; y sistemas de procesamiento y difusión de información electrónica, entre los más importantes (Camara de Industrias de Guayaquil, 2010).

Según datos de la Cámara de Industrias de Guayaquil. “En Guayaquil están domiciliadas 2.053 empresas industriales, equivalentes a 41% del Ecuador y 95% de Guayas” (CIG, 2010).

Entre 2004 y 2017, la industria de la Provincia del Guayas tuvo una participación en el PIB industrial nacional, superior al 35%. Las empresas pertenecientes a las ramas industriales -no petroleras- más dinámicas a nivel nacional por sus contribuciones al PIB manufacturero, se encuentran en la ciudad de Guayaquil (Camara de Industrias de Guayaquil, 2010).

Dicho dinamismo industrial de la ciudad de Guayaquil, ha obligado a las industrias a manejar sus procesos:

1. INEN:

“NORMA TÉCNICA ECUATORIANA NTE INEN 2266:2013 Segunda revisión TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y MANEJO DE MATERIALES PELIGROSOS” (INEN, 2013).

2. Normativa Ambiental

- a. **“REGLAMENTO AMBIENTAL DE ACTIVIDADES HIDROCARBURIFERAS Decreto Ejecutivo 1215 Registro Oficial 265 de 13-feb-2001 Última modificación: 29-sep-2010 Estado: Vigente”** (Ministerio del Ambiente, 2012).
 - b. **Acuerdo Ministerial 026: REFORMA DEL LIBRO VI DEL TEXTO UNIFICADO DE LEGISLACIÓN SECUNDARIA**
 - c. Plan de Manejo Ambiental PMA
3. **“Programa de Seguridad y Salud en el trabajo: Sistema de gestión de Seguridad y Salud en los Centros de trabajo del país”** (Ministerio del Ambiente, 2012).

Demostrando así el creciente interés de las organizaciones de este sector en alcanzar y demostrar un sólido desempeño a nivel de las normativas mencionadas.



Figura 1 Pallet anti derrame (L.30x1.30x15 cms).

Por tanto, la presente investigación se fundamenta en los siguientes ejes:

1. Proceso y factores que determinan el comportamiento de compra del comprador industrial.
2. Análisis de la potencialidad del mercado de pallets anti derrame en el sector industrial de la ciudad de Guayaquil.

Aunando los ejes mencionados, la empresa PLASTIC S.A. fundada en Guayaquil hace 56 años y líder a nivel nacional en la categoría de productos de plástico, busca incrementar su cartera de productos e ingresar en un segmento de mercado que actualmente es atendido por importadoras (Prácticamente todas las importaciones vienen de Estados Unidos) y 1 empresa productora nacional que tiene dentro de su portafolio pallets anti derrame.

Las partidas arancelarias para importar los pallets antiderrame de plástico son:

- 3923.10.90.90
- 2013-04-10

“El mercado industrial es enorme. De hecho, en los mercados industriales se mueven muchos más artículos y dinero que en los mercados de consumo” (Comportamiento del consumidor, 2010).

1.2 PROBLEMA

La problemática que se presenta en el mercado en análisis es que es un oligopolio:

“Un oligopolio es una estructura de mercado en donde existen pocos competidores relevantes. Cada uno de ellos tiene cierta capacidad de influir en las variables del mercado (como precio y cantidad de equilibrio)” (Enciclopedia economica, 2015).

“Cualquier oligopolista puede influir sobre los beneficios de sus competidores. Los esfuerzos por mejorar los resultados propios provocan inexorablemente el deterioro de los resultados ajenos” (juntadeandalucia.es, 2017).

Tomando como base dichos preceptos, es importante indicar que actualmente la oferta de pallets de plástico antiderrame en la ciudad de Guayaquil, proviene de 2 empresas:

Tabla 1 Mercado atendido Pallets antiderrame

PALLETS ANTIDERRAME DE PLASTICO					
Empresa	Proveedor	Pallet para 4 barriles	% de rentabilidad	P.V.P	Estrategias comerciales
1. Globalite S.A	Importación	PALLET ULTRATECH - 4 BARRILES PERFIL BAJO: Polietileno no reciclado. Rejillas negras antideslizantes. De 52'' X 52'' X 5,75'' Capacidad para 44 gl. Resistencia 6.000 lbr .	35-40%	569,17	N.A.
2. PLASTIMET	Producción nacional	PALLET ANTIDERRAME 4T-55	30%-50%	450,00	10% (descuento)

1. “Desde abril de 2013 hasta mayo de 2017 se han importado 7.472 unidades de pallets de plástico anti derrame, a un promedio de 1.868 unidades anuales. Importadas y distribuidas por GSM Globalite S.A” (cobusgroup, 2017).

2. Plastimet s.a. comercializa los pallets antiderrame de plástico con una rentabilidad entre el 35% y 45% con ventas mensuales promedio de 25 unidades (300 unidades anuales).

“El hecho existan pocas empresas en un mercado puede explicarse por la existencia de barreras a la entrada. En general, una de las más relevantes suelen ser las economías de escala” (Enciclopedia economica, 2015).

PLASTIC S.A. cuenta actualmente con la posibilidad de manejar economías de escala para la producción de pallets antiderrame de plástico, siendo que tiene dentro de su proceso productivo maquinarias para roto moldeado (Rotomoldeadoras) que son utilizadas para elaboración de ítems que la empresa comercializa en el sector industrial a nivel nacional. Característica que viabiliza la entrada de la empresa en este nicho con la potencialidad de alcanzar una proporción significativa del mercado por costos del producto con relación a la competencia.

1.3 JUSTIFICACIÓN

En base a la problemática presentada, la justificación de la presente investigación se fundamenta en:

1. El valor del mercado anual atendido entre la producción nacional y las unidades importadas asciende a: \$ 1.170.892,00 dólares.
2. Oligopolio: solo 2 empresas comercializan palletes de plástico antiderrame en la ciudad de Guayaquil con precios que oscilan entre \$400-600 dólares. El P.V.P de los pallets de plástico antiderrame de PLASTIC S.A será de \$380 dólares.
3. PLASTIC S.A. cuenta con la oportunidad de ingresar en un mercado oligopolista con una alternativa de liderazgo de precios, fijando las condiciones de la oferta.

Como complemento de la justificación a nivel de valoración y estrategias de mercado, es de total relevancia el conocimiento del comportamiento de compra de clientes industriales, específicamente consumidores finales de pallets de plástico antiderrame en la ciudad de Guayaquil, en busca del desarrollo de una nueva unidad de negocios en la empresa PLASTIC S.A.

1.3.1 Justificación empresarial

La empresa PLASTIC S.A., tiene la oportunidad de introducir un nuevo producto en un nicho de mercado que cuenta con una población total en la ciudad de Guayaquil de 2053 industrias, con un P.V.P promedio \$300,00 dólares la unidad y con una rentabilidad promedio de entre 40% y 50%.

1.3.2 Justificación social

Matriz productiva:

Cambiar la matriz productiva, que implica establecer una nueva forma de producción y consumo, y dignificar las condiciones laborales de los trabajadores del país, que significa, ante todo, garantizarles sueldos que cubran la canasta básica familiar y afiliarlos universalmente al seguro social, son dos de los ejes fundamentales del nuevo Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017. (El Telegrafo, 2013)

Toda industria que maneje lubricantes, grasas y aceites en su operación, sea como producto final que fabrica y comercializa y o como parte del proceso productivo, necesitan de un espacio físico para almacenar y manejar estos materiales que se los consideran peligrosos. (INEN, 2013)

1.3.3. Justificación académica

Actualmente no existe otra investigación que viabilice la producción y comercialización de pallets anti derrame en Ecuador, lo que conlleva al presente estudio a ser un referente académico.

Estudio que se afianzará a través del análisis del comportamiento de compra del consumidor industrial, con la aplicación de una metodología de investigación descriptiva e inductiva. El enfoque de la investigación será cuantitativo, permitiendo conocer de primera mano las necesidades de la industria a través de herramientas como la encuesta.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Analizar el comportamiento de compra en clientes industriales para el desarrollo de pallets anti derrame en la ciudad de Guayaquil.

1.4.2 Objetivos específicos

1. Realizar a nivel bibliográfico un análisis del mercado industrial, comportamiento de comprador industrial y estrategias de mercado aplicadas al mercado industrial.
2. Diagnosticar el mercado actual y potencial de pallets antiderrame de plástico de la ciudad de Guayaquil a través de una investigación cualitativa y el análisis del comportamiento de compra industrial.
3. Determinar mediante resultados de la investigación la potencialidad para el desarrollo de pallets de plástico antiderrame para la industria de la ciudad de Guayaquil de la empresa PLASTIC S.A.

1.5 RESULTADOS ESPERADOS

Los resultados esperados de la presente investigación, responden a la consecución de los objetivos específicos.

1. Se realiza un estudio de fundamentación teórica del mercado industrial, comportamiento de comprador industrial y estrategias de mercado aplicadas al mercado industrial.
2. Participación de mercado en la categoría contenedores de plástico anti derrame, con una utilidad de entre el 40%-50% por unidad, mejorando los índices de rentabilidad del negocio global.

CAPÍTULO 2: FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

2.1 Marco Teórico

2.1.1 Mercados industriales

Existen tres tipos de mercados organizacionales: Mercado industrial: también denominado “mercado de productores”, son empresa y organizaciones que compran productos y servicios para atender las necesidades que se derivan de sus operaciones. Mercado de revendedores: formado por aquellos que adquieren bienes para revenderlos a otras organizaciones Mercado de revendedores formado por el conjunto de instituciones o unidades del Estado que adquieren productos y servicios para poder realizar sus funciones básicas (kotler, 2012) (P,25) (Kotler, 2012, p. 25).

En la presente investigación, la fundamentación teórica se orienta a los mercados industriales.

2.1.2 Mercadeo industrial

El mercado industrial es un mercado formado por productores y comercializadores intermediarios y de productos terminados.

Sin embargo, el mercadeo industrial está mejor definido por el tipo de clientes a los cuales se dirige, más que por el producto en sí. El mercadeo industrial es el que está constituido por usuarios empresariales y organizaciones que compran bienes y servicios para alguno de los siguientes propósitos: producir otros bienes y servicios; vender a otras empresas o a usuarios finales; o realizar las actividades propias de la organización. (Gomez, 2001)

2.1.3 Mercado industrial y mercado de consumo

“Las diferencias más representables entre mercado de consumo y mercado industrial dependen básicamente de los siguientes aspectos: Relación directa entre comprador y vendedor, cartera de clientes, periodo de negociación, proceso de decisión, precio, comunicación, distribución y asistencia técnica” (QuimiNet, 2012).

2.1.4 Características de la demanda del mercadeo industrial: la demanda del mercado industrial posee ciertas características que la hacen particular en el momento de tomar decisiones estratégicas de mercadeo: La demanda es derivada de la de bienes de consumo, dependiendo de los movimientos de éstos. La demanda es inelástica, pues en muchos casos el costo de la materia prima representa poco en el total del producto final (**Gomez, 2001**).

La demanda es conjunta, dependiendo de la demanda de productos complementarios. La demanda es fluctuante, por reacciones extremas de las empresas manufactureras a cambios en el mercado y por depender relativamente de pocos clientes, cada uno con un alto impacto en los niveles de ventas (Gomez, 2001).

2.1.5 ¿Qué es un consumidor final industrial?

“Término a veces también se utiliza para identificar a cualquier cliente que adquiere productos industriales, si se piensan para el uso por una empresa, una organización sin fines de lucro, o por un individuo” (Economía de Mercadeo, 2016).

2.1.6 Proceso de compra

El proceso de compra en el mercado industrial está compuesto por quien decide la compra y por el que lo requiere o necesita para su proceso, lo que permite hacer con mayor eficiencia la selección de la materia prima y / o producto final requerido por la industria.

2.1.7 La conducta de compra

“El proceso de toma de decisiones del consumidor varía según el tipo de decisión de compra. Entre más complejas y costosas son las decisiones, tienden a requerir más deliberación del consumidor y más participantes en la compra” (Well, 2001).

Tabla 2.2 Tipos de comportamiento en la decisión de compra

Conducta de compra	Alto compromiso	Bajo compromiso
Diferencias significativas entre marcas	Conducta compleja de compras	Conducta de compra que busca la variación
Pocas diferencias entre marcas	Conducta de compra que reduce la disonancia	Conducta de compra habitual

2.1.8 Etapas del proceso de decisión de compra



Figura 2 El proceso del comprador consta de 5 etapas. Adaptado por: Lies Emen. Libro. Mercadeo Estratégico. 2009

Es un modelo estándar que comienza con la manifestación de una necesidad que actúa como motor o motivación para la compra, avanzando luego a una segunda etapa de búsqueda de información. Lejos de satisfacer la necesidad de inmediato (solo se hace excepcionalmente), se busca información, se someten a evaluación las diferentes opciones y, finalmente, se realiza una decisión de compra (EAE Business School, 2017).

2.1.10 ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA EN CLIENTES INDUSTRIALES

Los cambios que ha experimentado el entorno de las empresas industriales (globalización, fragmentación, revolución de los servicios y de las tecnologías, mayor exigencia de los clientes en la selección de sus proveedores) conduce a que una prioridad para estas organizaciones sea conocer, de la forma más precisa posible, el comportamiento de sus compradores a la hora de desarrollar estrategias de Marketing realmente efectivas (Sanzo&Vázquez, 2017).

2.1.11 ¿Qué es un consumidor final industrial?

“Término a veces también se utiliza para identificar a cualquier cliente que adquiere productos industriales, si se piensan para el uso por una empresa, una organización sin fines de lucro, o por un individuo” (Economía de Mercadeo, 2016).

2.1.12 Las decisiones de compra del comprador industrial

En el caso del comprador industrial existe una cadena de decisión que va desde el área usuaria del producto, seguida por el comprador, el influenciador dentro de la venta, el decisor y también lo que se conoce como *buy keeper* que son las personas o los estamentos a quienes hay que acudir para que las puertas se abran. (Universidad ESAN , 2016)

“Se trata de una cadena mucho más compleja, en la que cada cual cumple un rol. El comprador trata de hacer la mejor adquisición posible” (Universidad ESAN , 2016).



Figura 3 Diferentes estructuras de un canal de marketing. El Mercadeo en el Siglo XXI. 2012

2.2 Marco legal (Normativas)

INEN: NORMA TÉCNICA ECUATORIANA NTE INEN 2266:2013 Segunda revisión TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y MANEJO DE MATERIALES PELIGROSOS. REQUISITOS.

La creciente producción de bienes y servicios requiere de una inmensa y variada gama de materiales peligrosos que han llegado a ocupar un destacado lugar por su cantidad y diversidad de aplicaciones y en el afán de cumplir con las responsabilidades y tomar decisiones oportunas sobre la gestión, se deben conocer todas las fases de su manejo (INEN, 2013).

No se debe olvidar que la responsabilidad del establecimiento no habrá concluido hasta que los materiales peligrosos sean tratados o dispuestos de acuerdo a la normativa ambiental vigente, por lo que es necesaria la formulación de normas que dirijan estas tareas con eficiencia técnica y económica para evitar los riesgos y accidentes que involucren daños a las personas, propiedad privada y ambiente (INEN, 2013).

“Esta norma se ha desarrollado siguiendo los lineamientos del Sistema Globalmente Armonizado de Clasificación y Etiquetado de Productos Químicos (SGA), las Recomendaciones relativas al transporte de materiales peligrosos, Reglamentación Modelo de Naciones Unidas y la Normativa Nacional vigente” (INEN, 2013).

Normativa Ambiental

REGLAMENTO AMBIENTAL DE ACTIVIDADES HIDROCARBURIFERAS Decreto Ejecutivo 1215 Registro Oficial 265 de 13-feb-2001 Última modificación: 29-sep-2010 Estado: Vigente

“Art. 25.- Manejo y almacenamiento de crudo y/o combustibles. - Para el manejo y almacenamiento de combustibles y petróleo se cumplirá con lo siguiente” (Ministerio del Ambiente, 2012).

“b) Los tanques, grupos de tanques o recipientes para crudo y sus derivados, así como para combustibles se registrarán para su construcción con la norma API 650, API 12F, API 12D, UL 58, UL 1746, UL 142 o equivalentes” (Ministerio del Ambiente, 2012).

Donde sean aplicables, deberán mantenerse herméticamente cerrados, a nivel del suelo y estar aislados mediante un material impermeable para evitar filtraciones y contaminación del ambiente, y rodeados de un cubeto técnicamente diseñado para el efecto, con un volumen igual o mayor al 110% del tanque mayor (Ministerio del Ambiente, 2012).

Acuerdo Ministerial 026: REFORMA DEL LIBRO VI DEL TEXTO UNIFICADO DE LEGISLACIÓN SECUNDARIA

“Art. 93 De los lugares para el almacenamiento de desechos peligrosos. - Los lugares para almacenamiento deberán cumplir con las siguientes condiciones mínimas” (Ministerio del Ambiente, 2015). (P, 27)

h) Para el caso de almacenamiento de desechos líquidos, el sitio debe contar con cubetos para contención de derrames o fosas de retención de derrames cuya capacidad sea del 110% del contenedor de mayor capacidad, además deben contar con trincheras o canaletas para conducir derrames a las fosas de retención con capacidad para contener una quinta parte de lo almacenado; (Ministerio del Ambiente, 2015, p. 27)

Plan de Manejo Ambiental PMA

Se denomina **plan de manejo ambiental** al plan que, de manera detallada, establece las acciones que se requieren para prevenir, mitigar, controlar, compensar y corregir los posibles efectos o impactos ambientales negativos causados en desarrollo de un proyecto, obra o actividad; incluye también los planes de seguimiento, evaluación y monitoreo y los de contingencia (Ecuadorambiental, 2015).

La Muy Ilustre Municipio de Guayaquil, audita que todas las empresas industriales que generen un impacto al ambiente deben tener:

- a. Licencia ambiental: empresas grandes
- b. Registro ambiental: empresas pequeñas

REGULARIZACIÓN AMBIENTAL: El Sistema Único de Información Ambiental (SUIA) es una aplicación WEB que se desarrolló para la gestión de trámites y proyectos encaminados al control, registro, mantenimiento y preservación del medio ambiente a nivel nacional y al servicio de toda la ciudadanía (SUIA, 2015).

Seguridad y Salud en el Trabajo

La Dirección de Seguridad y Salud en el Trabajo surge como parte de los derechos del trabajo y su protección. El programa existe desde que la ley determinara que “los riesgos del trabajo son de cuenta del empleador” y que hay obligaciones, derechos y deberes que cumplir en cuanto a la prevención de riesgos laborales (Ministerio de Trabajo, 2017).

A través del Programa de Seguridad y Salud en el trabajo se ha desarrollado el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en los Centros de Trabajo del País, afianzamiento del tema de responsabilidad solidaria en los centros de trabajo respecto a requisitos para contratación de obras y servicios (Ministerio de Trabajo, 2017).

MARCO LEGAL

Este Programa está sustentado en el Art. 326, numeral 5 de la Constitución del Ecuador, en Normas Comunitarias Andinas, Convenios Internacionales de OIT, Código del Trabajo, Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo, Acuerdos Ministeriales (Ministerio de Trabajo, 2017).

“VISIÓN: Ser líderes en salvaguardia de la integridad, la salud y la vida de las personas trabajadoras” (Ministerio de Trabajo, 2017).

MISIÓN: Coordinar la ejecución de la Política Institucional en Seguridad y Salud y el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud del Ministerio del Trabajo.

Asesorar, capacitar, controlar y hacer seguimiento de programas de prevención de riesgos laborales en los centros de trabajo con la finalidad de reducir la siniestralidad laboral, mejorar la productividad y la calidad de vida de los trabajadores (Ministerio de Trabajo, 2017).

OBJETIVOS

Entre los objetivos que persigue el Programa de Seguridad y Salud en el Trabajo están: Mejorar las condiciones de los trabajadores referentes a Seguridad y Salud. Desarrollar conciencia preventiva y hábitos de trabajo seguros en empleadores y trabajadores. Disminuir las lesiones y daños a la salud provocados por el trabajo. Mejorar la productividad en base a la gestión empresarial con visión preventiva. (Ministerio de Trabajo, 2017)

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Antecedentes



Figura 4 El proceso de Compra Industrial
Modificado por: El Autor

Específicamente, en la presente investigación se busca determinar el proceso de compra industrial, así como también, la potencialidad de la producción y comercialización de pallets de plástico antiderrame para el sector industrial en la ciudad de Guayaquil.

La empresa PLASTIC S.A. apuesta por incrementar su cartera de producto, mediante la introducción de nuevos modelos y la ampliación de su infraestructura para ofrecer servicios innovadores.

3.2 Necesidades de Mercado

El consumidor del sector en análisis busca minimizar costos en sus operaciones, sin mermar la productividad.

3.3 Objetivos de la investigación

Analizar el comportamiento de compra de pallets antiderrame de plástico en la ciudad de Guayaquil

3.3.1 Objetivo general SMART

¿Qué?

Análisis de comportamiento de compra del cliente industrial.

¿Cómo?

Por medio de una investigación exploratoria-descriptiva con enfoque cuantitativo para conocer factores de influencia en compradores industriales.

3.3.2 Objetivos específicos

1. Identificar los principales factores a considerar para la compra de la categoría de pallets antiderrame en clientes industriales en la ciudad de Guayaquil.
2. Determinar los principales influenciadores en la compra de pallets antiderrame en la ciudad de Guayaquil.
3. Determinar la oportunidad de captar mercado atendido y potencial e introducir pallets antiderrame en la ciudad de Guayaquil en el sector industrial.

3.4 Metodología de la investigación

3.4.1 Métodos

Los métodos de investigación a aplicados son:

1. Inductivo: “proceso mediante el cual, se formulan principios a través de un conocimiento en particular, es decir generalizar el estudio de lo macro a lo micro y viceversa” (Cconsumer, 2017).
2. Análisis: “proceso cognoscitivo es descomponer un objeto de estudio, separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual” (American Marketing Association., 2015).

3.4.2 Enfoque de la investigación

El enfoque de esta investigación cuantitativo.

Los estudios de corte cuantitativo pretenden la explicación de una realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva. Su intención es buscar la exactitud de mediciones o indicadores sociales con el fin de generalizar sus resultados a poblaciones o situaciones amplias. Trabajan fundamentalmente con el número, el dato cuantificable. (Thomas, Nelson y Silverman, 2005).

3.4.3 Tipo de investigación

Los tipos de investigación aplicados son: exploratoria y descriptiva.

3.4.4 Técnicas de investigación

La técnica es el procedimiento e instrumento que se utiliza para acceder al conocimiento por medio de la información. En la presente investigación se aplica la encuesta por cuanto la investigación tiene enfoque cuantitativo.

3.5 Mercado Meta

Según datos de la Cámara de Industrias de Guayaquil, para el 2016. “En Guayaquil están domiciliadas 2.053 empresas industriales, equivalentes a 41% del Ecuador y 95% de Guayas” (Cámara de Industrias de Guayaquil, 2010).

De esas empresas, aproximadamente 900 (el 44%) estaban afiliadas a la Cámara de Industrias de Guayaquil. Las otras 1.153 empresas corresponden a las pertenecientes a la Cámara de la Pequeña Industria, y a empresas que, aunque están registradas como industriales, no están operativas. (Cámara de Industrias de Guayaquil, 2010)

Tabla 3 Características demográficas de las empresas industriales

Geográficas	Datos
País	Ecuador
Región	Costa
Provincia	Guayas
Ciudad	Guayaquil

3.5.1 Macro segmentación

La empresa PLASTIC S.A. actualmente atiende a las siguientes ramas industriales:

Tabla 4 SECTORES INDUSTRIALES EMPRESA PLASTIC S.A.

SECTORES INDUSTRIALES
Empresa PLASTIC S.A
ACUICOLA
AGROINDUSTRIA
PECUARIO
INDUSTRIA
DISTRIBUIDOR INDUSTRIAL
AGRICOLA
INSTITUCIONAL

3.5.2 Micro segmentación

Tabla 5 PARTICIPACION PORCENTUAL POR RAMAS INDUSTRIALES DE LA EMPRESA PLASTIC S.A.

SECTORES INDUSTRIALES EMPRESA PLASTIC S.A.	
Sectores	# de empresas por sector
ACUICOLA	55
AGROINDUSTRIA	26
PECUARIO	30
INDUSTRIA	35
DISTRIBUIDOR INDUSTRIAL	25
AGRICOLA	28
INSTITUCIONAL	34
Total	233

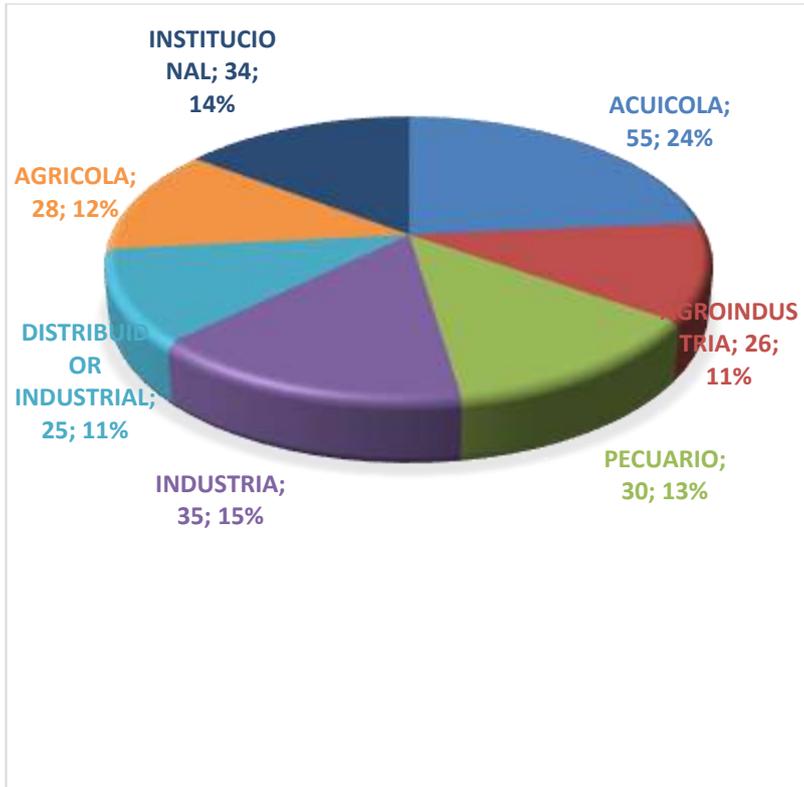


Figura 5 PARTICIPACION PORCENTUAL POR RAMAS INDUSTRIALES DE LA EMPRESA PLASTIC S.A.

Según la participación porcentual por ramas industriales atendidas por la empresa PLASTIC S.A., el tipo de empresa industrial con mayor número de clientes es la ACUICOLA con el 24%, seguido de INDUSTRIAS con el 15%.

3.6 Población de la investigación

Definición: “es el total de individuos que se desea estudiar o caracterizar en una investigación” (Ochoa, 2015).

Tomando como base dichos preceptos, del total de empresas domiciliadas en la ciudad de Guayaquil, la empresa PLASTIC S.A. en análisis cuenta con una base de datos activa de 233 clientes, que en el presente caso se tomaran como la población total de la investigación.

3.6.1 Muestra

Una **muestra estadística** (o una **muestra**) es un subconjunto de elementos de la población estadística.

“La muestra elegida debe ser **representativa** de la población. Las muestras tienen un nivel de confianza de la bondad con la que representan a todos los sujetos, generalmente del 95% o superior ” (Universo Formulas, 2017).



Figura 6 Selección de la muestra

Nota: tomado de, <http://www.universoformulas.com/estadistica/descriptiva/muestra-estadistica/>

3.6.1.1 Muestreo

Para determinar la muestra de la presente investigación se aplicó una técnica o procesamiento según como se seleccionan a los individuos:

“**Muestreo no probabilístico** (o muestreo no aleatorio): la selección de los individuos se basa en el criterio del investigador. No se conoce la probabilidad de que cada individuo sea elegido en la muestra” (Ochoa, 2015).

Muestreo por conveniencia: consiste en seleccionar a los individuos que convienen al investigador para la muestra. Esta conveniencia se produce porque al investigador le resulta más fácil examinar a estos sujetos, ya sea por proximidad geográfica, por ser sus amigos, etc. (Ochoa, 2015)

Por tanto, el muestreo por conveniencia fue seleccionado por la facilidad de examinar las características de los clientes activos de la empresa PLASTIC S.A.

Muestra: 233 clientes activos de la empresa PLASTIC S.A

CAPÍTULO 4: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Resultados de la investigación

Luego de realizada la toma de población y muestra de la presente investigación, se define que la encuesta se realizó a 233 clientes activos de la empresa PLASTIC S.A.

ENCUESTA

PROSPECTOS CLIENTES POTENCIALES PARA DESARROLLO DE PALLETS DE PLASCTICO ANTI DERRAME- EMPRESA PLASTIC S.A.

1. ¿Utilizan pallets en su empresa?

Tabla 6 Pregunta 1

	# de encuestados
SI	233
NO	0
Total	233

Elaborado por: El Autor



Figura 7 Pregunta 1

Análisis pregunta 1:

El 100% de los 233 clientes activos de la empresa PLASTIC S.A, utilizan actualmente pallets, lo que representa una oportunidad para la organización, siendo este mercado ya cautivo que se puede acaparar con el desarrollo de estrategias comerciales.

2. ¿De qué material son los pallets que utiliza actualmente?

Tabla 7 Pregunta 2

	# de encuestados
Madera	40
Plástico	120
Plástico anti derrame	73
Total	233

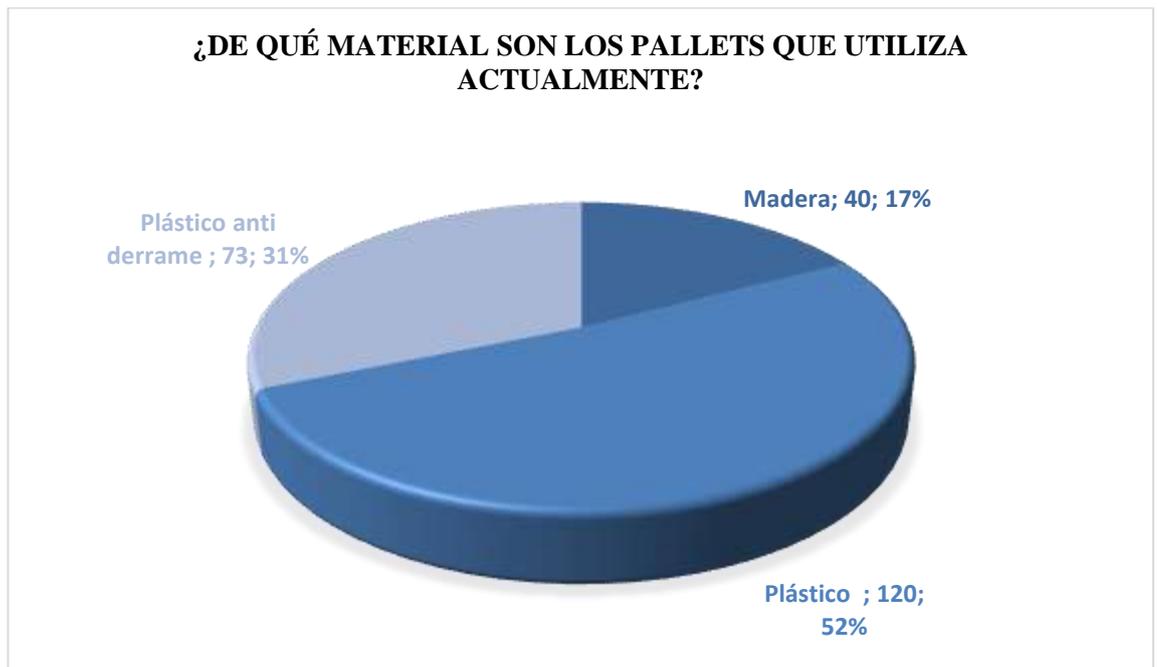


Figura 8 Pregunta 2

Análisis pregunta 2:

El 52% de los 233 clientes encuestados por PLASTIC S.A utilizan actualmente pallets de plástico, sumando el 31% que utiliza pallets antiderrame, sumando un total de 193 unidades comercializadas por la competencia. Con relación a los pallets de madera un 17% de las empresas encuestadas lo utiliza.

3. ¿Cuál es la procedencia de los pallets que utiliza actualmente?

Tabla 8 Pregunta 3

	# de encuestados
Nacional	20
Importado	213
Total	233



Figura 9 Pregunta 3

Análisis pregunta 3:

El 91% de los encuestados utiliza pallets importados, determinado así que la proveeduría nacional no cuenta con una estructura comercial para atender las necesidades del mercado.

4. Nombre del proveedor de pallets que utiliza actualmente

Tabla 9 Pregunta 4

	# de encuestados
PLASTIMET S.A.	5
PICA	10
CECOMEX	15
GSM – GLOBALITE S.A	180
Otros	23
Total	233

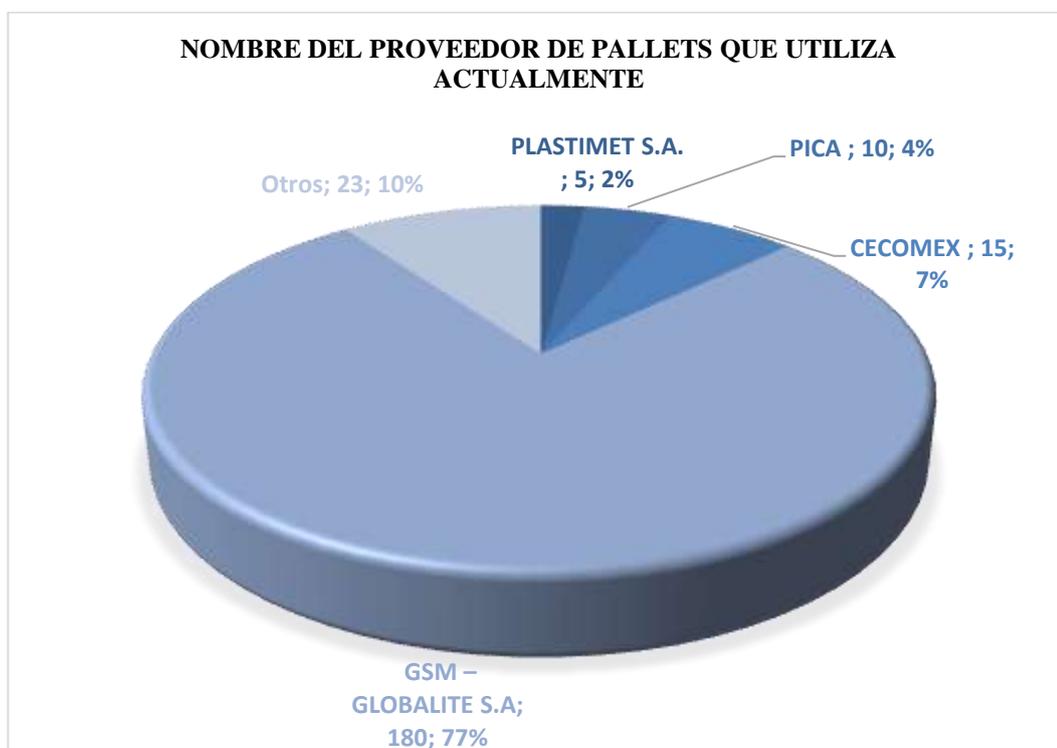


Figura 10 Pregunta 4

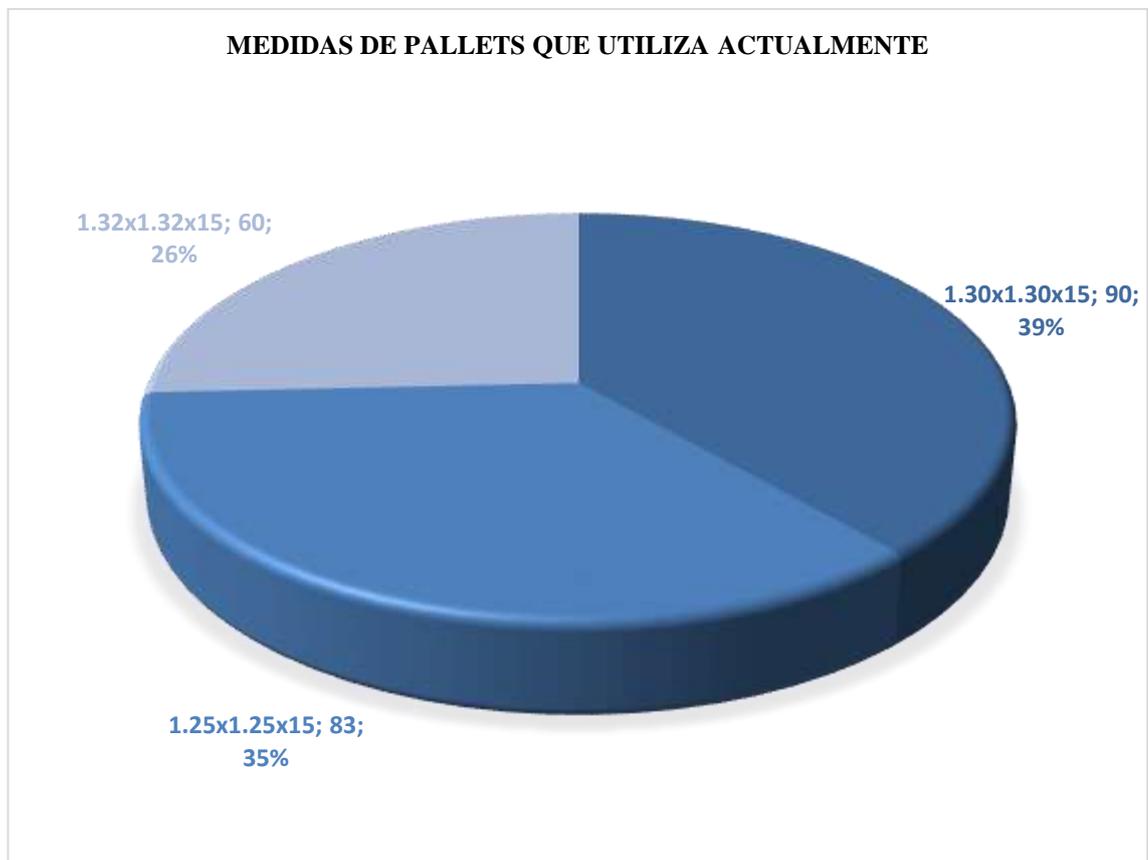
Análisis pregunta 4:

Confirmando la respuesta de la pregunta 3 donde se consultaba la procedencia de la proveeduría de pallets donde el 91% compra pallets importados, la pregunta 4 refleja que la empresa GSM GLOBALITE S.A es la mayor importadora y comercializadora actual de pallets de plástico con una participación porcentual del 77%.

5 Medidas de pallets que utiliza actualmente

Tabla 10 Pregunta 5

	# de encuestados
1.30x1.30x15	90
1.25x1.25x15	83
1.32x1.32x15	60
Total	233



F

Figura 11 Pregunta 5

Análisis pregunta 5:

Las empresas que actualmente utilizan pallets y que fueron encuestadas utilizan de las 3 medidas de pallets que se encuentran en el mercado. Lo que conlleva a que las necesidades son similares y estándares, representando oportunidades para la introducción del nuevo producto a desarrollarse.

6 Tipo de producto que coloca sobre el pallet

Tabla 11 Pregunta 6

	# de encuestados
1. Inflamables/explosivos.	38
2. Combustibles.	34
3. Corrosivos.	26
4. Reactivos.	37
5. Toxinas.	23
6. Radioactivos.	34
7. Producto terminado	41
Total	233

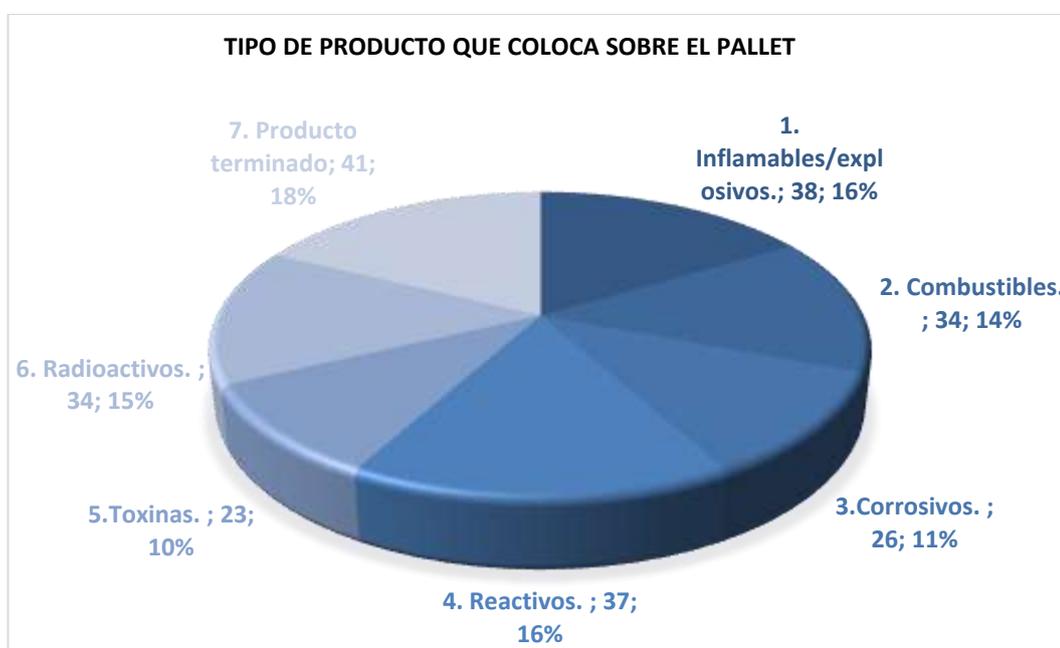


Figura 12 Pregunta 6

Análisis pregunta 6:

De manera indistinta las respuestas con relación al tipo de producto que las empresas encuestadas colocan sobre los pallets, dichos productos se determinan líquidos peligrosos de los cuales los colaboradores deben ser protegidos, por tanto, sea para la producción de producto final y o la comercialización del líquido envasado el mismo debe ser contenido en recipientes que garanticen su inocuidad.

7 Precio de pallets puesto en bodega

Tabla 12 Pregunta 7

	# de encuestados
\$40-100	40
\$101-150	10
\$151-250	90
\$251-350	10
\$351-450	10
\$451-550	5
\$551-650	68
Total	233

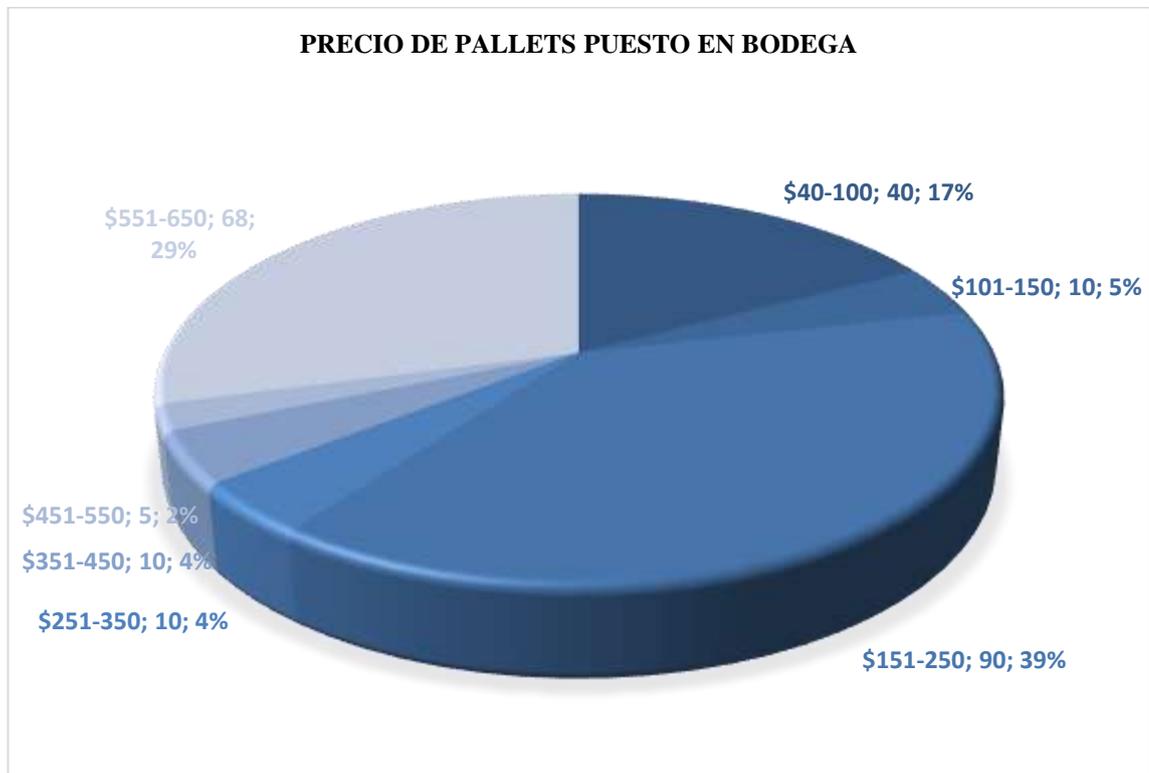


Figura 13 Pregunta 7

Análisis pregunta 7:

La variación en la participación porcentual de los precios de pallets puestos en bodega depende del tipo de pallets que utiliza la empresa que compra, de su procedencia y de su proveedor.

En este punto es pertinente desglosar el costo de producción y P.V.P del pallet a desarrollar por PLASTIC S.A., con la finalidad de determinar la viabilidad de acaparar mercado por estrategia de precio. En el mercado industrial el precio es un factor relevante al momento de tomar una decisión de compra.

Empresa	P.V.P
Globalite S.A	\$ 569,17
PLASTIMET	\$ 450,00
PLASTIC S.A.	\$ 380,00

Existe una diferencia promedio de más de \$70,00 entre el pallet antiderrame de PLASTIC S.A. y PLASTIMET S.A. única empresa ecuatoriana que actualmente produce y comercializa pallets antiderrame.

8 ¿Cuál es el estimado anual de compra de pallets en su empresa?

Tabla 13 Pregunta 8

	# de encuestados
A. 5-10	76
B. 11- 20	62
C. 21-30	45
D. 31-40	12
E. 41-50	8
F. 51- 60	12
G. Más de 60	18
Total	233

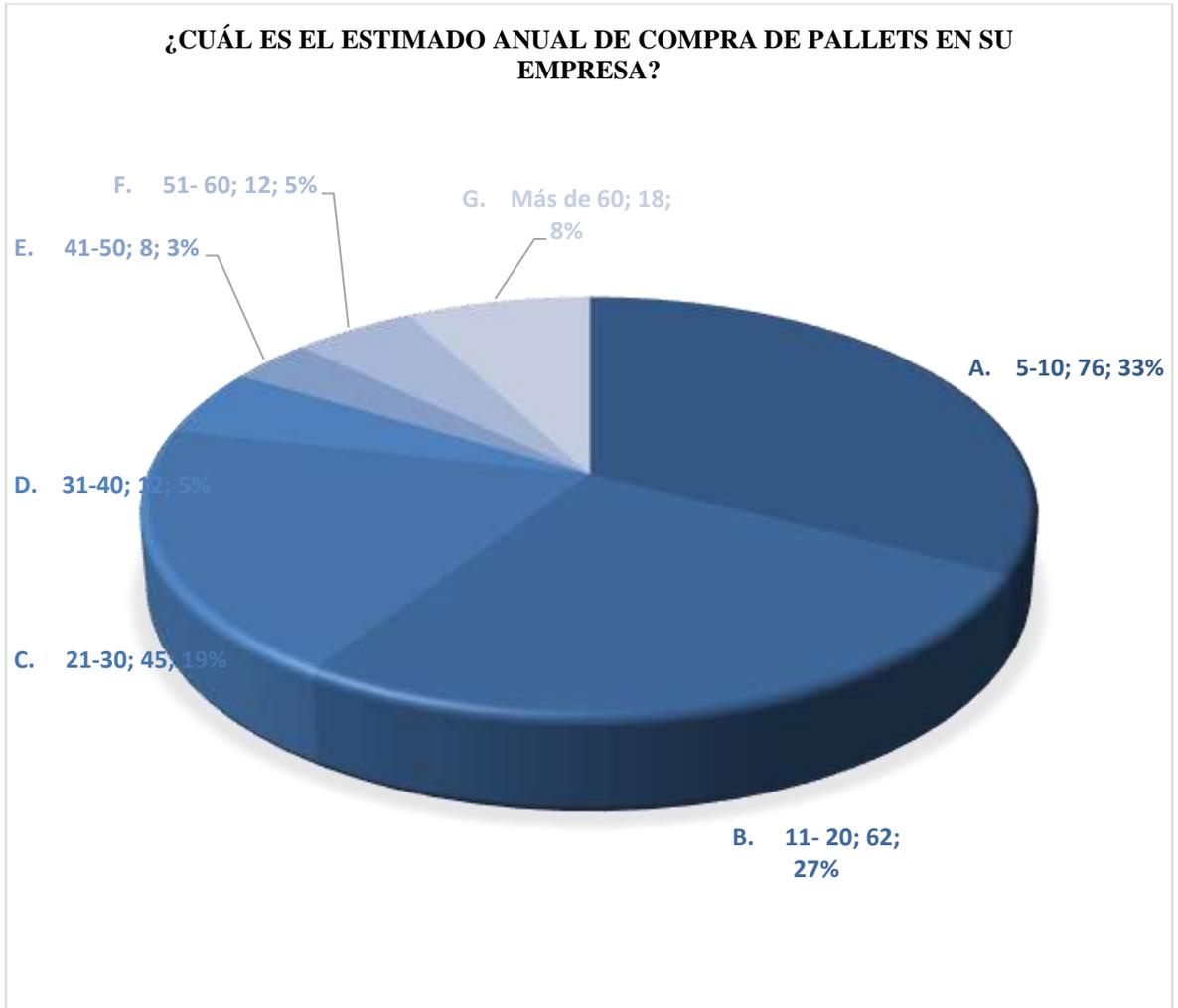


Figura 14 Pregunta 8 (las figuras redúzcalas de tamaño)

Análisis pregunta 8:

Los rangos de unidades de entre 5-10, 11-20, 21-30 cuentan con el 79% de participación dentro del total del estimado anual de compra, se debe tomar en cuenta que dentro de las 233 empresas se encuentran diversos sectores industriales con diversas necesidades en cuanto a contención de líquidos peligrosos.

9 ¿Podría usted indicarme qué departamento en la empresa realiza el requerimiento de pallets? Escoja 1

Tabla 14 Pregunta 9

	# de encuestados
A. Departamento de compras	60
B. Departamento de Seguridad Industrial	113
C. Departamento de calidad	30
D. Bodegas	20
E. Otros	10
Total	233

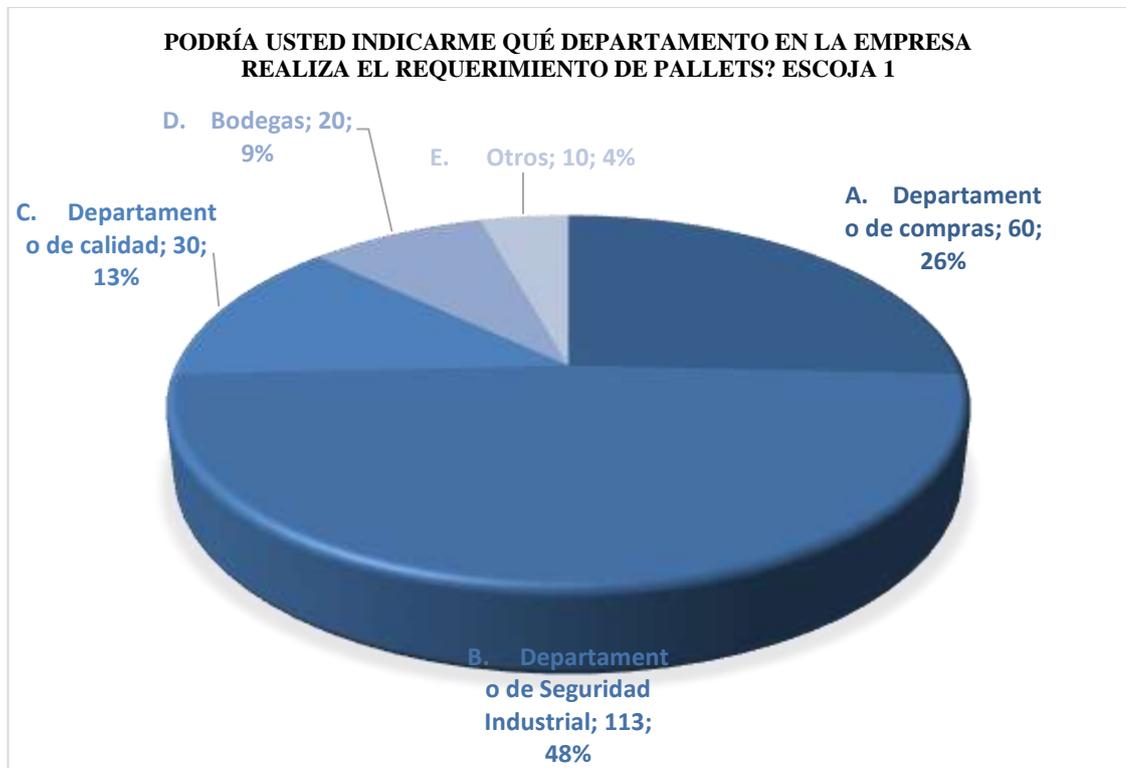


Figura 15 Pregunta 9

Análisis pregunta 9:

El 48% de las empresas encuestados compra los pallets a través del departamento de Seguridad Industrial, que es el encargado de velar por la salud laboral de los sus colaboradores en horas de trabajo.

10 ¿Cuál es la fuente de información para la adquisición de pallets para su empresa? Escoger solo 1

Tabla 15 Pregunta 10

	# de encuestados
A. Visitas de vendedores (representantes de empresas comercializadoras de pallets)	170
B. Redes sociales	40
C. Referencias	13
D. Cámara de industrias de Guayaquil	10
Total	233

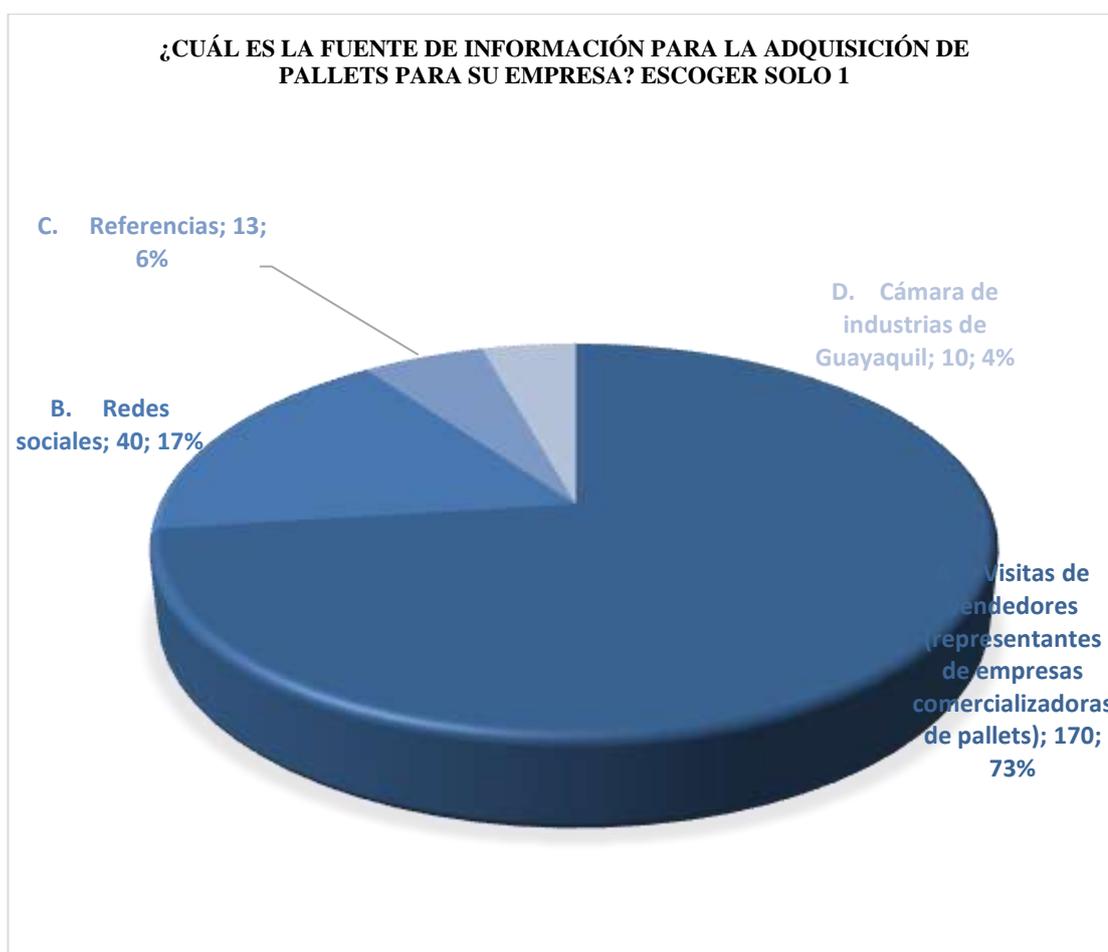


Figura 16 Pregunta 10

Análisis pregunta 10:

El 73% de los encuestados ha obtenido información para la adquisición de pallets por medio de las visitas de vendedores o representantes de la empresa comercializadora. Lo que apunta a que en el mercado industrial el nivel de conocimiento del producto por parte del representante de ventas y así también las promociones otorgadas por el volumen de compra, son consideradas por el cliente como un factor decisivo de compra.

4.2 Resultados cuantitativos

PLASTIC S.A cuenta con 233 clientes activos, es decir que compran productos de la categoría plásticos, encontrándose dentro de dicha categoría las diferentes alternativas de pallets. Esta data permitió realizar un análisis in situ sobre las necesidades y expectativas de las empresas industriales de diversos rubros, sobre su necesidad de cumplir con las normativas vigentes con relación a:

- a) **INEN**
- b) **REGLAMENTO AMBIENTAL DE ACTIVIDADES HIDROCARBURIFERAS**
- c) **“Programa de Seguridad y Salud en el trabajo: Sistema de gestión de Seguridad y Salud en los Centros de trabajo del país”** (Ministerio de Trabajo, 2017).

1. Siendo una de las alternativas que permitirían el cumplimiento de las legislaciones mencionadas, los pallets antiderrame. Existe un mercado atendido valorizado en: \$ 1170.892,00 dólares anuales con una rentabilidad del 35-45% de utilidad.
2. El 100% de los 233 clientes activos de la empresa PLASTIC S.A, utilizan actualmente pallets, lo que representa una oportunidad para la organización, siendo este mercado ya cautivo que se puede acaparar con el desarrollo de estrategias comerciales.

3. El 52% de los 233 clientes encuestados por PLASTIC S.A utilizan actualmente pallets de plástico, sumando el 31% que utiliza pallets antiderrame, sumando un total de 193 unidades comercializadas por la competencia. Con relación a los pallets de madera un 17% de las empresas encuestadas lo utiliza.
4. El 91% de los encuestados utiliza pallets importados, determinado así que la proveeduría nacional no cuenta con una estructura comercial para atender las necesidades del mercado.
5. Confirmando la respuesta de la pregunta 3 donde se consultaba la procedencia de la proveeduría de pallets donde el 91% compra pallets importados, la pregunta 4 refleja que la empresa GSM GLOBALITE S.A es la mayor importadora y comercializadora actual de pallets de plástico con una participación porcentual del 77%.
6. Las empresas que actualmente utilizan pallets y que fueron encuestadas utilizan de las 3 medidas de pallets que se encuentran en el mercado. Lo que conlleva a que las necesidades son similares y estándares, representando oportunidades para la introducción del nuevo producto a desarrollarse.
7. De manera indistinta las respuestas con relación al tipo de producto que las empresas encuestadas colocan sobre los pallets, dichos productos se determinan líquidos peligrosos de los cuales los colaboradores deben ser protegidos, por tanto, sea para la producción de producto final y o la comercialización del líquido envasado el mismo debe ser contenido en recipientes que garanticen su inocuidad.

8. La variación en la participación porcentual de los precios de pallets puestos en bodega depende del tipo de pallets que utiliza la empresa que compra, de su procedencia y de su proveedor.
9. Los rangos de unidades de entre 5-10, 11-20, 21-30 cuentan con el 79% de participación dentro del total del estimado anual de compra, se debe tomar en cuenta que dentro de las 233 empresas se encuentran diversos sectores industriales con diversas necesidades en cuanto a contención de líquidos peligrosos.
10. El 48% de las empresas encuestados compra los pallets a través del departamento de Seguridad Industrial, que es el encargado de velar por la salud laboral de los sus colaboradores en horas de trabajo.
11. El 73% de los encuestados ha obtenido información para la adquisición de pallets por medio de las visitas de vendedores o representantes de la empresa comercializadora. Lo que apunta a que en el mercado industrial el nivel de conocimiento del producto por parte del representante de ventas y así también las promociones otorgadas por el volumen de compra, son consideradas por el cliente como un factor decisivo de compra.

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES

5.1 Conclusiones

1. Analizar el comportamiento del consumidor industrial depende de factores que van más allá de la sola necesidad de la compra de materia prima para la producción del producto final o la compra de un ítem terminado, depende de elementos tales como el precio, los influenciadores dentro de la organización y el cumplimiento de normativas que o la consecución de certificaciones que elevan la percepción del cliente final.
2. La investigación se fundamentó en los ejes: proceso y factores que determinan el comportamiento de compra del comprador industrial y análisis de la potencialidad del mercado de pallets anti derrame en el sector industrial de la ciudad de Guayaquil.
3. Aunando los ejes mencionados, la empresa PLASTIC S.A. fundada en Guayaquil hace 56 años y líder a nivel nacional en la categoría de productos de plástico, busca incrementar su cartera de productos e ingresar en un segmento de mercado no cautivo.
4. La problemática que se presenta en el mercado en análisis es que es un oligopolio: tomando como base dichos preceptos, es importante indicar que actualmente la oferta de pallets de plástico antiderrame en la ciudad de Guayaquil, proviene de 2 empresas: Globalite S.A (importadora) y PLASTIMET Producción nacional.

5. “Desde abril de 2013 hasta mayo de 2017 se han importado 7.472 unidades de pallets de plástico anti derrame, a un promedio de 1.868 unidades anuales. Importadas y distribuidas por GSM Globalite S.A” (cobusgroup, 2017).
6. Plastimet s.a. comercializa los pallets antiderrame de plástico con una rentabilidad entre el 35% y 45% con ventas mensuales promedio de 25 unidades (300 unidades anuales).
7. PLASTIC S.A. cuenta actualmente con la posibilidad de manejar economías de escala para la producción de pallets antiderrame de plástico, siendo que tiene dentro de su proceso productivo maquinarias para roto moldeado (Rotomoldeadoras) que son utilizadas para elaboración de ítems que la empresa comercializa en el sector industrial a nivel nacional. Característica que viabiliza la entrada de la empresa en este nicho con la potencialidad de alcanzar una proporción significativa del mercado por costos del producto con relación a la competencia.
8. En base a la problemática presentada, la justificación de la presente investigación se fundamenta en: El valor del mercado anual atendido entre la producción nacional y las unidades importadas asciende a: \$ 1.170.892,00 dólares. Oligopolio: solo 2 empresas comercializan palletes de plástico antiderrame en la ciudad de Guayaquil con precios que oscilan entre \$400-600 dólares. El P.V.P de los pallets de plástico antiderrame de PLASTIC S.A será de \$380 dólares.

9. PLASTIC S.A. cuenta con la oportunidad de ingresar en un mercado oligopolista con una alternativa de liderazgo de precios, fijando las condiciones de la oferta.

10. Como complemento de la justificación a nivel de valoración y estrategias de mercado, es de total relevancia el conocimiento del comportamiento de compra de clientes industriales, específicamente consumidores finales de pallets de plástico antiderrame en la ciudad de Guayaquil, en busca del desarrollo de una nueva unidad de negocios en la empresa PLASTIC S.A.

11. Actualmente no existe otra investigación que viabilice la producción y comercialización de pallets anti derrame en Ecuador, lo que conlleva al presente estudio a ser un referente académico.

12. Específicamente, en la presente investigación se buscó determinar el proceso de compra industrial, así como también, la potencialidad de la producción y comercialización de pallets de plástico antiderrame para el sector industrial en la ciudad de Guayaquil. La empresa PLASTIC S.A. apuesta por incrementar su cartera de producto, mediante la introducción de nuevos modelos y la ampliación de su infraestructura para ofrecer servicios innovadores.

13. Necesidades de Mercado, el consumidor del sector en análisis busca minimizar costos en sus operaciones, sin mermar la productividad. Como objetivos de la investigación se busco analizar el comportamiento de compra de pallets antiderrame de plástico en la ciudad de Guayaquil, por medio de una investigación exploratoria-descriptiva con enfoque cuantitativo para conocer factores de influencia en compradores industriales.

14. Como objetivos específicos se identifico los principales factores a considerar para la compra de la categoría de pallets antiderrame en clientes industriales en la ciudad de Guayaquil, se determinao los principales influenciadores en la compra de pallets antiderrame en la ciudad de Guayaquil y se determinó la oportunidad de captar mercado atendido y potencial e introducir pallets antiderrame en la ciudad de Guayaquil en el sector industrial.

15. Los métodos de investigación aplicados fueron el inductivo y de análisis, el enfoque fue cuantitativo. El tipo de investigacion fue exploratoria y descriptiva. La técnica que se utilizó para acceder al conocimiento por medio de la información. Fue la encuesta.

16. Del total de empresas domiciliadas en la ciudad de Guayaquil, la empresa PLASTIC S.A. en análisis cuenta con una base de datos activa de 233 clientes, que en el presente caso se tomaran como la población total de la investigación. La muestra fue de 233 clientes activos de la empresa PLASTIC S.A

17. PLASTIC S.A cuenta con 233 clientes activos, es decir que compran productos de la categoría plásticos, encontrándose dentro de dicha categoría las diferentes alternativas de pallets. Esta data permitió realizar un análisis in situ sobre las necesidades y expectativas de las empresas industriales de diversos rubros, sobre su necesidad de cumplir con las normativas vigentes con relación a:

a) **INEN**

b) **REGLAMENTO AMBIENTAL DE ACTIVIDADES HIDROCARBURIFERAS**

c) **“Programa de Seguridad y Salud en el trabajo: Sistema de gestión de Seguridad y Salud en los Centros de trabajo del país”** (Ministerio de Trabajo, 2017).

18. de las alternativas que permitirían el cumplimiento de las legislaciones mencionadas, los pallets antiderrame. Existe un mercado atendido valorizado en: \$ 1170.892,00 dólares anuales con una rentabilidad del 35-45% de utilidad.

Referencias

- Marketing de Clase. (Abril de 2015). *Tipos de comportamiento en la decision de compras*.
Obtenido de <http://marketingdeclase.blogspot.com/2015/04/tipos-de-comportamiento-en-la-decision.html>
- American Marketing Association. (2015). *Dictionary of Marketing Terms*. Obtenido de <https://www.ama.org/Pages/default.aspx>
- Beacon Mutual. (2007). *Liquidos peligrosos*. The Beacon Mutual Insurance Company.
Recuperado el 01 de Octubre de 2017, de www.beaconmutual.com
- Camara de Industrias de Guayaquil. (Enero de 2010). *La industria*. Obtenido de <http://www.industrias.ec>
- Cámara de Industrias de Guayaquil. (2010). *LA INDUSTRIA ACTORA INDISCUTIBLE DEL PROGRESO*. Visión de la Industria de Guayaquil , Dirección de Estudios , Vicepresidencia Técnica . Obtenido de www.industrias.ec
- Cconsumer. (2017). *Comportamiento del consumidor: Definición y Teorías*. Recuperado el 21 de Marzo de 2017
- CIG. (2010). *LA INDUSTRIA ACTORA INDISCUTIBLE DEL PROGRESO*. Dirección de Estudios, Vicepresidencia Técnica. Cámara de Industrias de Guayaquil. Obtenido de www.industrias.ec
- CIG. (2010). *Visión de la Industria de Guayaquil* . Documento elaborado por la Cámara de Industrias de Guayaquil , Vicepresidencia Técnica - Dirección de Estudios . Obtenido de www.industrias.ec
- cobusgroup. (2017). *INFORMACIÓN DE COMERCIO INTERNACIONAL*. Obtenido de <https://www.cobusgroup.com/home>
- Comportamiento del consumidor. (09 de Febrero de 2010). Obtenido de <http://julioelcantante.blogspot.com/2010/02/comportamiento-de-compra-del-consumidor.html>
- EAE Business School. (2017). *Las 5 etapas del proceso de decisión del comprador*. Obtenido de <http://www.eaeprogramas.es/empresa-familiar/las-5-etapas-del-proceso-de-decision-del-comprador>
- Economía de Mercadeo. (10 de febrero de 2016). *¿Qué es un consumidor Industrial?*
Obtenido de <https://diccionarioeconomia.blogspot.com/2016/02/que-es-un-consumidor-industrial.html>
- Ecuadorambiental. (2015). *Plan de Manejo Ambiental PMA*. Obtenido de <http://www.ecuadorambiental.com/planes-de-manejo-ambiental-quito-guayaquil-cuenca-manta-ecuador.php>

- El Telegrafo. (30 de Septiembre de 2013). Cambiar la matriz productiva y dignificar el trabajo son los ejes del Plan. *EL TELEGRAFO*. Recuperado el 30 de Octubre de 2017, de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/cambiar-la-matriz-productiva-y-dignificar-el-trabajo-son-los-ejes-del-plan>
- Enciclopedia economica. (2015). *Oligopolio*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/oligopolio.html>
- Estrategia Magazine. (01 de Octubre de 2002). *El Proceso de Decisión de Compra*. Recuperado el 30 de Octubre de 2017, de <http://www.estrategiamagazine.com/marketing/el-proceso-de-decision-de-compra-tipo-de-conducta/>
- Gomez. (2001). *IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES EN EL PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA DE MATERIALES AUTOADHESIVOS*. Universidad ICESI. Obtenido de https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/61/html
- INEN. (2013). *TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y MANEJO DE MATERIALES PELIGROSOS. REQUISITOS*. NORMA TÉCNICA ECUATORIANA NTE INEN 2266:2013 Segunda revisión, SERVICIO ECUATORIANO DE NORMALIZACION, Quito. Recuperado el 01 de Octubre de 2017, de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/05/NTE-INEN-2266-Transporte-almacenamiento-y-manejo-de-materiales-peligrosos.pdf>
- juntadeandalucia.es. (2017). *Los oligopolios*. Obtenido de <http://www.juntadeandalucia.es/averroes/centros-tic/14002996/helvia/aula/archivos/repositorio/250/271/html/economia/8/Los%20oligopolios.htm>
- kotler. (2012). DIRECCION DE MERCADOTECNIA. En P. KOTLER. Mexico.
- Martínez-Salanova . (2017). *Instrumentos para recabar datos*. Obtenido de La encuesta: <https://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0093instrumentosrecabardatos.htm>
- Minambiente. (2014). *LICENCIA AMBIENTAL Y DIAGNÓSTICO AMBIENTAL DE ALTERNATIVAS*. Recuperado el 01 de Octubre de 2017, de <http://www.cornare.gov.co/tramitesyservicios/tramites-ambientales/licencia-ambiental>
- Ministerio de Trabajo. (2017). *Seguridad y Salud en el Trabajo*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>
- Ministerio del Ambiente. (2012). *REGLAMENTO AMBIENTAL DE ACTIVIDADES HIDROCARBURIFERAS*. Ministerio de Ambiente. Recuperado el 01 de Octubre de 2017, de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/RAOHE-DECRETO-EJECUTIVO-1215.pdf>

- Ministerio del Ambiente. (2015). *ACUERDO NO. 061 REFORMA DEL LIBRO VI DEL TEXTO UNIFICADO DE LEGISLACIÓN SECUNDARIA*. Registro Oficial. Recuperado el 01 de Octubre de 2017, de <http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/185880/ACUERDO+061+REFORMA+LIBRO+VI+TULSMA+-+R.O.316+04+DE+MAYO+2015.pdf/3c02e9cb-0074-4fb0-afbe-0626370fa108>
- Ochoa. (19 de febrero de 2015). *El muestreo: qué es y por qué funciona*. Obtenido de <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-que-es-porque-funciona>
- OSHA. (2016). *Administración de Seguridad y Salud Ocupacional*. Departamento de Trabajo de los EE.UU. Obtenido de <https://www.osha.gov/Publications/osha3173.pdf>
- QuimiNet. (18 de Mayo de 2012). *Diferencia entre mercado industrial y mercado de consumo*. Obtenido de <https://www.quiminet.com/empresas/diferencia-entre-mercado-industrial-y-mercado-de-consumo-2742243.htm>
- Sanzo&Vázquez. (2017). *Una vision General del comportamiento de compra de las empresas industriales*. Universidad de OVIEDO, Departamento de administracion de empresas y Contabilidad. Obtenido de [file:///C:/Users/HOME/Downloads/216_00%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HOME/Downloads/216_00%20(1).pdf)
- SUIA. (2015). *Sistema Único de Información Ambiental- SUIA*. Ministerio del Ambiente, Sistema Unico de Informacion Ambiental. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/06/Manual-de-Regularizacion-Ambiental.pdf>
- Thomas, Nelson y Silverman. (2005). *Enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto*. Obtenido de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/cualitativo_cuantitativo_mixto.html
- Universidad ESAN . (2016). *Las decisiones de compra del comprador industrial*. Lima. Recuperado el 01 de Octubre de 2017, de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/09/las-decisiones-de-compra-del-comprador-industrial/>
- Universo Formulas. (2017). *MUESTRA ESTADÍSTICA*. Obtenido de <http://www.universoformulas.com/estadistica/descriptiva/muestra-estadistica/>
- Well. (2001). *Análisis de un proceso de compra*. Obtenido de <https://pullmarketing.wordpress.com/2011/08/06/analisis-de-un-proceso-de-compra/>



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Lies Antonio Emen Gallegos** con C.C: # 091303306-4 autor/a del **trabajo de titulación: Análisis del comportamiento de compra en clientes industriales para el desarrollo de pallets anti derrame en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN GERENCIA DE MARKETING** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **06 de Noviembre de 2017**

f. _____

Nombre: **Lies Antonio Emen Gallegos**

C.C: **091303306-4**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Análisis del comportamiento de compra en clientes industriales para el desarrollo de pallets anti derrame en la ciudad de Guayaquil		
AUTOR(ES)	Lies Antonio Emen Gallegos		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Sabrina Rojas		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Gerencia de Marketing		
GRADO OBTENIDO:	Máster en Gerencia de Marketing		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	06 de Noviembre de 2017	No. DE PÁGINAS:	49
ÁREAS TEMÁTICAS:	Marketing Estratégico, Investigación de mercado, percepciones		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Normativas, investigación, comportamiento, cliente industrial, norma técnica, seguridad		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>Analizar el comportamiento del consumidor industrial es una ardua tarea, depende de factores que van más allá de la sola necesidad de la compra de materia prima para la producción del producto final o la compra de un ítem terminado, depende de elementos tales como el precio, los influenciadores dentro de la organización y el cumplimiento de normativas que o la consecución de certificaciones que elevan la percepción del cliente final. Así también y tomando en cuenta que el recurso humano es el principal actor de la cualquier categoría de industria, debe ser protegido por medio del programa de seguridad ocupacional. La investigación busca establecer los componentes en la cadena de compra que determinar la decisión final a nivel de industrial, así también la potencialidad del mercado en cuanto a ventas y rentabilidad. Se aplicó una metodología de investigación descriptiva e inductiva. El enfoque de la investigación fue cuantitativo, permitiendo conocer de primera mano las necesidades de la industria a través de herramientas como la encuesta. Los resultados de la investigación permitieron conocer a PLASTIC S.A. la amplia necesidad latente de la industria en la ciudad de Guayaquil con relación a herramientas que permitan realizar sus procesos de forma confiable y segura tanto para el personal como para el desarrollo de la producción.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTORES/ES:	Teléfono: +593-9-9573354	E-mail: liesemeng@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Maria Fernanda Bejar		
	Teléfono: +593-4-2206951 EXT:5013		
	E-mail: maria.bejar@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			