



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

TÍTULO:

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

AUTOR:

Maridueña Vera Ricardo Gabriel

TUTOR:

Ing. Mariela Salazar Moreira, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

Año 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 el estudiante Maridueña Vera Ricardo Gabriel, como requerimiento parcial para la obtención del Título de INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS.

TUTORA

Ing. Mariela Salazar Moreira

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Guillermo Viteri Sandoval

Guayaquil, a los veinte y nueve 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

Yo, Maridueña Vera Ricardo Gabriel

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A” ubicado en la ciudad de Guayaquil previa a la obtención del Título de INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS, ha sido desarrollado 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 mi total autoría.

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

Guayaquil, a los veinte y nueve días del mes de Agosto del año 2014

EL AUTOR:

Maridueña Vera Ricardo Gabriel

c.c: 0923734727



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

AUTORIZACIÓN

Yo, **Maridueña Vera Ricardo Gabriel**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los veinte y nueve días del mes de Agosto del año 2014

EL AUTOR:

Maridueña Vera Ricardo Gabriel

c.c: 0923734727

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, a la Facultad de Especialidades Empresariales, a la carrera Ingeniería en Administración de Ventas, a todo su personal docente que han sido pilares fundamentales en el aprendizaje durante el transcurso de la carrera, siendo ellos en mi vida profesional un gran aporte. A Plásticos Ecuatorianos S.A por brindarme el apoyo, apertura e información. A mi tutora Ing. Mariela Salazar Moreira, quien gracias a su dedicación, apoyo y conocimientos pude sobresalir con triunfo en este plan de negocio.

Ricardo Maridueña Vera

DEDICATORIA

A Dios, por sus bendiciones, por ampararme siempre para poder llevar a cabo el desarrollo de este plan de negocio, por consecuente sobresalir con éxito esta etapa de mi vida

A mis padres Julio Maridueña y Silvia Vera por ser mi apoyo incondicional, velando por mi bienestar. Brindándome la fortaleza necesaria para llevar a cabo todo proyecto de vida.

A mis hermanos que siempre me han demostrado su cariño y tenacidad para alcanzar las metas.

A novia Diana Ayala, en todo momento me ha brindado su amor y respaldo siendo en mí un motivador constante.

Todos ellos son los formadores de quien ahora soy y les dedico mi amor y esfuerzo.

Ricardo Maridueña Vera



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

CALIFICACIÓN

**Ing. Mariela Salazar Moreira, Mgs.
TUTOR**

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS	XII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XIII
RESUMEN	XIV
ABSTRACT	XV
INTRODUCCIÓN	16
Objetivo General:	17
Objetivos Específicos:.....	17
CAPÍTULO I.....	18
SEGMENTACIÓN.....	18
1.1. MERCADO META	18
1.2. MACRO SEGMENTACIÓN.....	20
1.2.1. LOS RESTAURANTES DE COMIDA RAPIDA	22
1.2.2. CAFETERIAS	23
1.3. MICRO SEGMENTACION	23
1.4. PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	23
CAPÍTULO II.....	25
INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	25
2.1. ANALISIS PEST	25
2.1.1. POLITICO.....	25
2.1.2. ECONOMICO	26
2.1.3 SOCIAL	26
2.1.4. TECNOLOGIA.....	27
2.2. ANALISIS PORTER.....	27
2.2.1. LA AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES.....	28

2.2.2.	EL PODER DE LA NEGOCIACION DE LOS CLIENTES	28
2.2.3.	EL PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES	28
2.2.4.	PRODUCTOS SUSTITUTOS	29
2.2.5.	RIVALIDAD ENTRE LOS PROVEEDORES.....	29
2.3.	INVESTIGACION DE CAMPO	30
2.3.1.	POBLACION	30
2.4.	SELECCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	31
2.5.	PRESENTACION DE LOS RESULTADOS.	31
2.6.	ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS.	31
	Sección I- Datos del negocio.....	32
	Sección II- Imagen y posicionamiento	33
	Sección III- Servicio del Proveedor	38
	Sección IV- Motivadores de compras	44
CAPÍTULO III.....		46
EL PRODUCTO O SERVICIO		46
3.1. CARACTERISTICA DEL PRODUCTO Y SERVICIO A OFRECER		46
3.1.1.	Los productos que participan en este proyecto son los siguientes:.....	46
3.2. CADENA DE VALOR		50
3.2.1.	LOGISTICA INTERNA:.....	51
3.2.2.	OPERACIONES.....	52
3.2.3.	LOGISTICA EXTERNA	52
3.2.4.	VENTAS	52
3.2.5.	COMPRAS:	53
3.2.6.	TECNOLOGIA.....	53
3.2.7.	RECURSOS HUMANOS	53
3.3. FODA.....		54
3.3.1.	FORTALEZAS.....	54
3.3.2.	OPORTUNIDADES.....	54

3.3.3. DEBILIDADES	55
3.3.4. AMENAZAS	55
CAPÍTULO IV	56
PLANES ESTRATÉGICOS	56
4.1. PLAN DE VENTAS	56
4.1.2. FUERZA DE VENTAS	57
4.1.2. PROMOCIONES DE VENTAS	61
4.1.3. POLITICAS DE PEDIDOS	61
4.1.4. POLITICAS DE CREDITOS Y COBRANZAS	61
4.1.5.1. POLITICAS DE VENTAS INTERNAS	62
4.2. RELACION CON LA MERCADOTECNIA.....	62
4.2.1. PRODUCTO	62
4.2.2. PRECIO	63
4.2.3. PLAZA.....	63
4.2.4. PROMOCION.....	63
CAPÍTULO V	64
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO	64
5.1. DETERMINACION DE LA INVERSION INICIAL.	64
5.2. FUENTES DE FINANCIAMIENTO	65
5.3. ESTADOS FINANCIEROS	65
5.4. SEGUIMIENTO Y EVALUACION	68
5.7.1. INDICADORES A EVALUAR CUMPLIMIENTO.....	68
CAPÍTULO VI	70
RESPONSABILIDAD SOCIAL	70
6.1. BASE LEGAL	70
6.2. MEDIO AMBIENTE.....	70

6.3. BENEFICIARIOS DIRECTOS E INDIRECTOS DE ACUERDO AL PLAN DEL BUEN VIVIR.	71
6.3.1. BENEFICIARIOS DIRECTOS.....	72
6.3.2. BENEFICIARIOS INDIRECTOS	72
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	73
6.4. Conclusiones	73
6.5. Recomendaciones:	74
BIBLIOGRAFÍA	75

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 CUADRO: RESTAURANTES Y CAFETERIAS ENCUESTADOS.....	21
Tabla 2 Población Encuestada.....	30
Tabla 3 Cadena de Valor	50
Tabla 4 PERFIL DEL CARGO: EJECUTIVO DE CUENTAS CLAVES	57
Tabla 5 DESCRIPTIVO DE FUNCIONES	59
Tabla 6 Políticas de Créditos y Cobranzas.....	61
Tabla 7 Niveles de Producto	62
Tabla 8 Propuestas de promoción.....	63
Tabla 9 Inversión Inicial	64
Tabla 10 Estado de Resultados	66
Tabla 11 Balance General.....	67
Tabla 12 Razones de Rentabilidad	68

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1 Matriz de Macro Segmentación.....	20
Ilustración 2 Relación por tipo de negocio.....	32
Ilustración 3 Artículos descartables consumidos	33
Ilustración 4 Marcas más utilizadas.....	34
Ilustración 5 Marcas no recomendadas.....	35
Ilustración 6 Principales características consideradas por los compradores	36
Ilustración 7 Lugar de compra	37
Ilustración 8 Frecuencia de visita del vendedor.....	38
Ilustración 9 Frecuencia de solicitud de pedido	39
Ilustración 10 Cumplimiento de pedido en tiempo	40
Ilustración 11 Tiempo de entrega de pedido	41
Ilustración 12 Cumplimiento de pedido en producto / unidades.....	42
Ilustración 13 Trato del personal de ventas.....	43
Ilustración 14 Promociones	44
Ilustración 15 Cadena de Valor	51

RESUMEN

El presente plan de negocio se originó luego de recibir las múltiples quejas por incumplimiento de los pedidos en lo que respecta cantidad y tiempo de entrega por parte del distribuidor, problemas que surgen en la actualidad en la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A. El objetivo del presente plan de negocio busca establecer un canal de distribución Food Services para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A, que permita aumentar el volumen de ventas y mantener vigente la marca “Alegría” en el mercado. Mediante el plan estratégico se implementará un ejecutivo de cuentas claves, políticas de pedido, crédito y cobranzas; de esta manera se incrementará el nivel de servicio al cliente.

Palabras Clave: Cliente. Estrategias.Canales.Food Service.Servicio.Logística

ABSTRACT

This business plan originated after both receive multiple complaints for breach of orders regarding quantity and time of delivery by the dealer, issues that arise today in the Plasticos Ecuatorianos S.A. company. The purpose of this business plan seeks to establish a channel of distribution Food Services for the Plasticos Ecuatorianos S.A. company, allowing to increase the sales volume and maintain the "Joy" brand on the market. Through the strategic plan will be implemented an order, credit and collections, policies account Executive; in this way will increase the level of service the customer.

Keywords: Customer. Strategy. Supply Chain. Food Service. Logistics. Services

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

INTRODUCCIÓN

La investigación que se define en el presente plan de negocio se ejecuto en la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A., en la que se identificó la inconformidad en las cadenas de restaurantes y cafeterías referente al cumplimiento del pedido y calidad de servicio.

Luego de detectar el problema que existe en la actualidad se propone establecer un canal de distribución Food Services que permita aumentar el volumen de ventas y mantener vigente la marca en el mercado.

En el capítulo I: se encuentra la segmentación tanto macro como micro en la cual se detalla el mercado meta y el perfil del consumidor.

En el capítulo II: desarrollo del presente capitulo está sustentado por la investigación de mercado, la cual nos permite analizar la matriz PEST así como las cuatro fuerzas de Porter.

En el capítulo III: se detallan las características del producto y servicio a ofrecer, adicional se analiza la cadena de valor de la compañía.

En el capítulo IV: se desarrolla los planes estratégicos del presente plan de negocio.

En el capitulo V: presenta el estudio de factibilidad del proyecto determinando la inversión inicial, financiamiento, presentando debidamente los estados financieros. Por cuanto se determina la viabilidad del plan de negocios.

En el capítulo VI: detalla la relación que existe en la propuesta referente al Plan del buen vivir 2013 – 2017.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Objetivo General:

Establecer un canal de distribución FOOD SERVICES, que permita aumentar el volumen de las ventas y mantener vigente la marca en el mercado.

Objetivos Específicos:

1. Analizar el actual abanico de canales de distribución vigentes e identificar el mercado al cual está dirigida la propuesta.
2. Establecer las necesidades del mercado para desarrollar una propuesta efectiva, estableciendo un plan estratégico de ventas y distribución que permita llegar directamente al mercado objetivo.
3. Destacar las características de los productos y sustentar la cadena de valor que sostiene la propuesta.
4. Proponer un plan estratégico de ventas y distribución, que permita llegar directamente al mercado objetivo.
5. Analizar la rentabilidad financiera de la propuesta.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

CAPÍTULO I

SEGMENTACIÓN

El crecimiento de un canal de distribución FOOD SERVICES está determinado por la cantidad de lugares que vendan servicios de comidas rápidas; la presente propuesta está encaminada al crecimiento de la cuota de mercado en las empresas de esta naturaleza.

1.1. MERCADO META

El mundo de hoy no sólo ha traído cambios en el enfoque tecnológico que se evidencia en las comunicaciones, en la medicina, en la logística, en la manufactura, en los servicios en general; sino también en los hábitos alimenticios de las personas.

A través del tiempo la forma de alimentarse ha modificado todos los procesos que participan en la elaboración de los alimentos que va desde la adquisición de sus componentes como son los proteicos, las verduras, los carbohidratos y las frutas; también los cambios se dan en las técnicas de preparación, puesto que ahora se cuenta con profesionistas en las ramas culinarias y/o gastronómicas; y finalmente en su manera de servir y transportar los alimentos ya preparados.

La demanda de procesos que optimicen la utilización del tiempo en las personas, no solamente en aquellas que laboran en las organizaciones, ha dado paso al crecimiento de la industria de comidas rápidas.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

A medida que un punto geográfico incrementa su sistema productivo también crece todo lo que lo circunda, porque éste demanda de factores medianamente equilibrados para su desarrollo; se aperturan nuevos negocios, hay más contrataciones de personal, en fin, se observa más movimiento comercial; y si hay una actividad diaria a realizarse definitivamente es la de alimentarse, considerada como una de las necesidades primarias a satisfacer para la sobrevivencia del ser humano.

La satisfacción de esta necesidad versus la optimización de tiempo como también la facilidad para propinarse comodidad ha dado paso poner en marcha locales de comidas rápidas que satisfagan la demanda del mundo moderno.

La historia universal habla que desde el año 1700 en Egipto ya existían lugares públicos para comer según papiros encontrados, en Londres también se habilitaron posteriormente a la caída del imperio Romano, conforme pasó el tiempo la hora del té Inglés se extendió al consumo del café dentro y fuera de casa.

Después de la segunda guerra mundial que las personas adquirieron la costumbre de comer fuera de casa, costumbre de familias de posibilidades económicas privilegiadas.

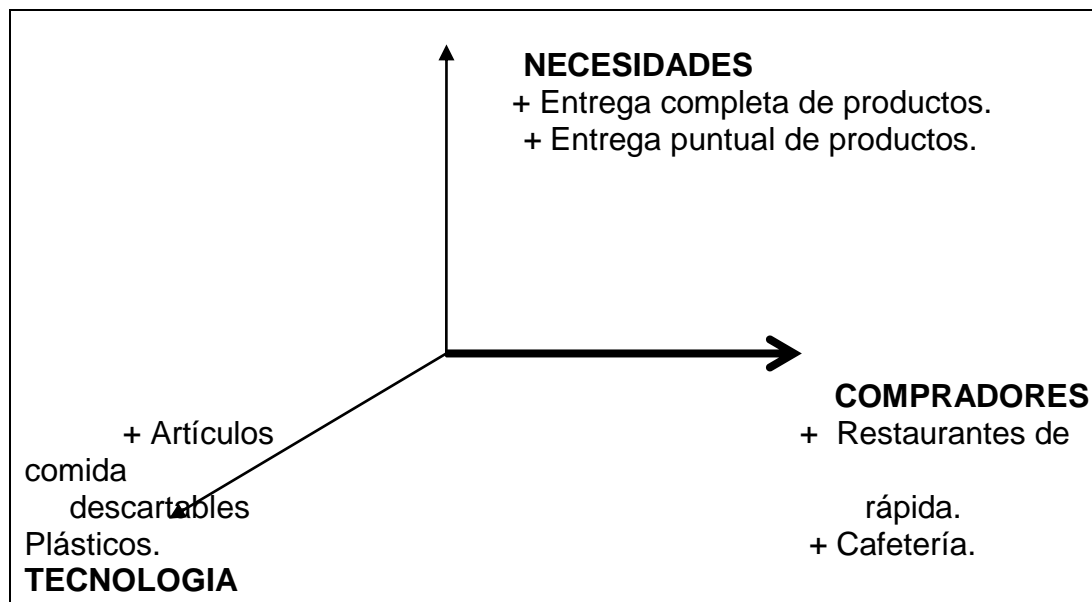
En la actualidad, comer y tomar café fuera de casa no es un privilegio es una necesidad primaria que conjuga la satisfacción de la misma más la optimización del tiempo; que son los dos factores que han permitido el crecimiento de la industria restaurantera, con clientes modernos que demandan una atención más rápida, sofisticada, demandante e impaciente. El negocio de A & B está considerado como un negocio de desafío constante que puede fracasar o prosperar dependiendo de las cosas necesarias que demandan sus clientes y comensales.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

El plan de negocios que se desarrolla en este trabajo enfoca al segmento de servicio de Alimentos y Bebidas (A & B); que ofrecen los restaurantes de comida rápida y cafeterías en la ciudad de Guayaquil, porque estos negocios de A & B utilizan artículos descartables elaborados en plástico para el traslado o transportación de sus productos preparados.

1.2. MACRO SEGMENTACIÓN

Ilustración 1 Matriz de Macro Segmentación



Elaborado por: Ricardo Maridueña Vera

La macro segmentación de este proyecto está enfocada en que los restaurantes de comida rápida y cafeterías tienen las siguientes necesidades:

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

- Adquirir productos descartables plásticos para embalar la comida rápida que venden a sus clientes.
- Entrega puntual de productos descartables plásticos por parte del proveedor.
- Entrega completa de productos descartables plásticos por parte del proveedor.

Según lo indica el Banco Central del Ecuador, los restaurantes de comida rápida y cafeterías pertenecen a la Industria Alimentaria Ecuatoriana, que constituye una de las principales industrias dentro de la economía del país, desde hace diez años ha generado más de ocho millones en valores constantes, es decir sin considerar la inflación.

Tabla 1 CUADRO: RESTAURANTES Y CAFETERIAS ENCUESTADOS

NOMBRE COMERCIAL	TIPO DE NEGOCIO		FRANQUICIA	
	Restaurante	Cafetería	Si	No
TENEDOR DE ORO	1			1
TELEPIZZA	1		1	
PUERTO MORO	1			1
PARRILLADA D´SOL	1			1
EL CAFÉ DE TERE		1		1
EL SABROSON	1		1	
LAS COSTILLAS DE NICO	1		1	
LA ESQUINA DE ALEX	1		1	
CAFÉ BOMBON´S		1	1	
PIQUE Y PASE	1			1

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

SWEET & COFFEE		1		1
LA PARRILLADA DEL ÑATO	1			1
PASTELES Y COMPAÑÍA		1		1
COMIDAS DE VICTOR	1		1	
MAYFLOWER	1		1	
QUIZNOS SUB	1		1	
EL TORITO	1			1
NATURISIMO		1	1	
DOMREMI		1		1
DOLCE INCONTRO		1		1
FRUTANGA		1		1
CHOP CHOP DEL ANDERSON	1			1
Mc DONALD´S	1		1	
PIZZA HUT	1			
ITALIAN DELI	1		1	
DOMINO´S PIZZA	1		1	
DON CAMARON	1			1
BUFFALO´S	1		1	
BBQ PINCHOS	1		1	
LA TABLITA DEL TARTARO	1		1	

Elaborado por: Ricardo Maridueña Vera

Fuente: Base de datos de clientes de Distribuidor

1.2.1. LOS RESTAURANTES DE COMIDA RAPIDA

Guayaquil constituye una de las ciudades económicamente más activas del Ecuador, la existencia de los restaurantes de comida rápida constituye uno de los establecimientos más calificados en esta categoría, por la Cámara de Turismo del Guayas.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

1.2.2. CAFETERIAS

Las cafeterías han sido y son los puntos de encuentros rápidos. Están dentro de la segmentación de este proyecto porque la cadena más representativa de cafeterías de Guayaquil demanda un alto volumen de pedidos de productos descartables plásticos.

1.3. MICRO SEGMENTACION

Los restaurantes de comida rápida y cafeterías que se deciden por los productos descartables plásticos atienden a clientes que viven y/o trabajan en la ciudad de Guayaquil; que generalmente disponen de un tiempo limitado y que pertenecen a un nivel socio económico-cultural medio y alto.

1.4. PERFIL DEL CONSUMIDOR

En el siguiente esquema se presenta la unificación de los dos segmentos mencionados en el punto anterior desarrollado, porque se considera que ambos consumidores expenden alimentos y bebidas en envases plásticos descartables.

La industria del plástico como tal empieza a despegar desde el año 1965, los pioneros en su utilización son los Estados Unidos de Norteamérica, su componente principal en un 75% son derivados del petróleo; su producción es bastante variada según los métodos de cocción de los mismos y de acuerdo a sus múltiples y variadas formas.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

<ul style="list-style-type: none"> • CARACTERISTICAS DEMOGRAFICAS 	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurantes y cafeterías de Guayaquil.
<ul style="list-style-type: none"> • ESTILO DE VIDA 	<ul style="list-style-type: none"> • Preparación y venta de comidas rápidas.
<ul style="list-style-type: none"> • MOTIVOS 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega y recepción de pedidos de productos descartables plásticos.
<ul style="list-style-type: none"> • PERSONALIDAD 	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener los estándares de calidad. • Abastecimiento completo y a tiempo de productos en sus bodegas o lugar de almacenamiento.
<ul style="list-style-type: none"> • VALORES 	<ul style="list-style-type: none"> • Cubrir la demanda de los clientes.
<ul style="list-style-type: none"> • APRENDIZAJE 	<ul style="list-style-type: none"> • Probabilidades de buscar nuevas opciones de proveedores.

Elaborado por: Ricardo Maridueña Vera.

Fuente: File clientes indirectos-Plásticos Ecuatorianos S.A.

Los restaurantes y cafeterías han alcanzado un crecimiento considerable, a pesar que las normativas tributarias, laborables y de salud han cambiado sus parámetros de admisión para su funcionamiento, por lo cual las normas son más restrictivas para autorizar su funcionamiento.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

CAPÍTULO II

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

El desarrollo del presente capítulo está sustentado por la investigación de mercado realizada, lo cual constituye en este proyecto la herramienta que apalanca el Plan de Ventas que se expone en el capítulo 4 de este trabajo.

2.1. ANALISIS PEST

2.1.1. POLITICO

El gobierno actual ha gestado políticamente una plataforma productiva con apuntalamiento y sostén a la producción nacional. Este apuntalamiento está obligando al inversionista nacional y extranjero que trabaja en este país a afianzar sus procesos con procedimientos para que sus productos sean más oprimados entre sus competidores nacionales, siguiendo con ello los objetivos del Plan Nacional como son:

- Impulsar la transformación de la matriz productiva.
- Consolidar el sistema económico, social y solidario de forma sostenible.
- Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.
- Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

2.1.2. ECONOMICO

Las empresas para poder dar cumplimiento a los objetivos que las llevarán a la expansión de sus estructuras y evidenciar un crecimiento financiero están cumpliendo con las siguientes estrategias económicas:

- Promover la creación y fortalecimiento de encadenamientos productivos.
- Incentivar la ampliación y diversificación de la oferta de productos y servicios con estándares de calidad para los mercados nacionales e internacionales.
- Incremento de productividad, ampliación y diversificación de la oferta de productos con valor agregado y mejora de la calidad de gestión empresarial.

2.1.3 SOCIAL

Frente a la realidad nacional visionaria de un estado equitativo en donde la riqueza pueda ser generada y disfrutada por todos los habitantes del territorio; de acuerdo a sus capacidades y talentos, las organizaciones han abierto sus puertas a concepciones igualitarias y democráticas; demostrándose en las contrataciones de personas que conforman grupos minoritarios; cumpliendo de esta manera el principio de Justicia Social, Económica e Intergeneracional.

Una sociedad que se desarrolla buscando la equidad social basando su crecimiento en óptimos sistemas educativos, tiene altas posibilidades de ser país económicamente próspero y hacia allá están encaminadas las organizaciones.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

2.1.4. TECNOLOGIA

La exigencia a una matriz productiva y por ende eficiente ha volcado a la inversión mediata de sistemas tecnológicos de información modernos que han permitido y seguirán permitiendo que las empresas tecnifiquen sus procesos, conjuntamente con la capacitación técnica al personal que los está utilizando.

Definitivamente el momento PEST que está viviendo la sociedad empresarial ecuatoriana beneficia el emprendimiento de proyectos que generen rentabilidad a los inversionistas porque:

- Está latente un mercado al cual cubrir sus necesidades con productos locales.
- Está creada la expectativa que incentiva una producción eficiente y de calidad para ampliar el mercado local y aperturar mercados internacionales.
- Socialmente hay un mercado de recursos humanos que se prepara para formar parte de la matriz productiva del país.
- El uso de la tecnología moderna hace participativo al país del mundo globalizado.

2.2. ANALISIS PORTER

El proyecto propuesto presenta las siguientes limitaciones:

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

2.2.1. LA AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES

El mercado del plástico se lo considera muy atractivo debido a que existe una alta demanda; sus productos se han vuelto indispensables y facilitadores para el consumidor y esto hace que sea un mercado en crecimiento para las distintas categorías, la capacidad de expansión es muy amplia, aunque se requiere de una alta inversión, desde el año 2009 se ha ampliado el abanico de fabricantes de plásticos descartables.

Por otro lado no existen barreras de entradas gubernamentales para empresas nacionales o internacionales, lo que incrementa las probabilidades de ingreso de nuevos competidores.

2.2.2. EL PODER DE LA NEGOCIACION DE LOS CLIENTES

Los consumidores cada vez son más exigentes con los productos que requieren, por lo que exigen variedad, innovación y originalidad, por ello las empresas deben de ofrecer productos que satisfagan las necesidades de los clientes para poder cautivarlos y retenerlos; cada uno de ellos presenta una particularidad necesidad de acuerdo a la visión que tienen de su negocio y manera de posicionarse; sin embargo esto no implica que tengan incidencia en poner las reglas al momento de demandar de los productos a adquirir.

2.2.3. EL PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES

El poder de negociación de los proveedores de suministros y materiales es bajo, ya que los elementos que necesitan para su industria como los son la materia prima, las fundas, las azas, los pigmentos, el cartón y la tinta, pueden ser

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

adquiridos por múltiples proveedores calificados, en su mayoría extranjeros quienes brindan constantes ofertas de productos y servicios a un costo elevado; razón por la cual las negociaciones están enfocadas a realizarlas con ellos para que su elevado costo no repercuta en una alza en los productos a fabricar para mantener de esta manera el margen más elevado del punto de equilibrio y obtener rentabilidad en esta línea.

2.2.4. PRODUCTOS SUSTITUTOS

Podrían aumentar su cuota en el mercado los productos sustitutos como son: el cartón, vidrio, papel, aluminio y celulosa; la mayoría son más costosos y pesados pero en su fabricación utilizan materias primas de fuentes naturales o biodegradables, esto permite el aumento de la comercialización como productos eco-amigables; particularidad que los hace atractivos para el cuidado del medio ambiente: un tema necesario y de moda actual.

2.2.5. RIVALIDAD ENTRE LOS PROVEEDORES

Dentro del mercado se encuentra fuertes competidores en lo que a la industria de plásticos desechables respecta en cuanto a los precios se refiere; puesto que se sacrifica la calidad para bajar los mismos. Por lo mencionado es muy difícil competir en mercados donde el cliente se enfoca en adquirir productos a precios bajos, esa alta sensibilidad al precio se debe a la naturaleza del producto.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

2.3. INVESTIGACION DE CAMPO

Para establecer con exactitud la situación real de los establecimientos de restaurantes de comida rápida y cafeterías en relación a los productos frecuencia en que solicitan sus pedidos, su calidad, el criterio de compra, el servicio y su satisfacción se ha realizado una investigación de campo utilizando como herramienta de investigación: las encuestas.

2.3.1. POBLACION

La población que se contempla para la investigación incluye establecimientos que cuentan con el servicio de comida rápida, ubicados en la ciudad de Guayaquil, como se detalla a continuación:

Tabla 2 Población Encuestada

Tipo de negocio	Número de negocios muestreados	Promedio de establecimiento x tipo de negocio
Restaurante	22	6
Cafetería	8	11
Total	30	

Elaborado por: Ricardo Maridueña Vera.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

2.4. SELECCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.

La encuesta se la ha realizado a los restaurantes de comidas rápidas y cafeterías que constituyen el abanico de los 30 clientes que el distribuidor atiende, es decir los clientes en su totalidad. esta población ha sido agrupada por tipo de negocio cuya característica es que ofrezcan alimentos y bebidas de servicio rápido y a domicilio; realizándose un estudio exploratorio, rápido y económico.

2.5. PRESENTACION DE LOS RESULTADOS.

Considerando que el presente proyecto es para la absorción directa de la unidad de negocios venta de descartables para el mercado restaurantes de comidas rápidas y cafeterías en la ciudad de Guayaquil, cabe recordar que los clientes ya consumen los productos; en donde los 30 negocios en las ramas seleccionadas han hecho uso de la herramienta exploratoria: 22 restaurante, 8 cafeterías han contestado el siguiente cuestionario:

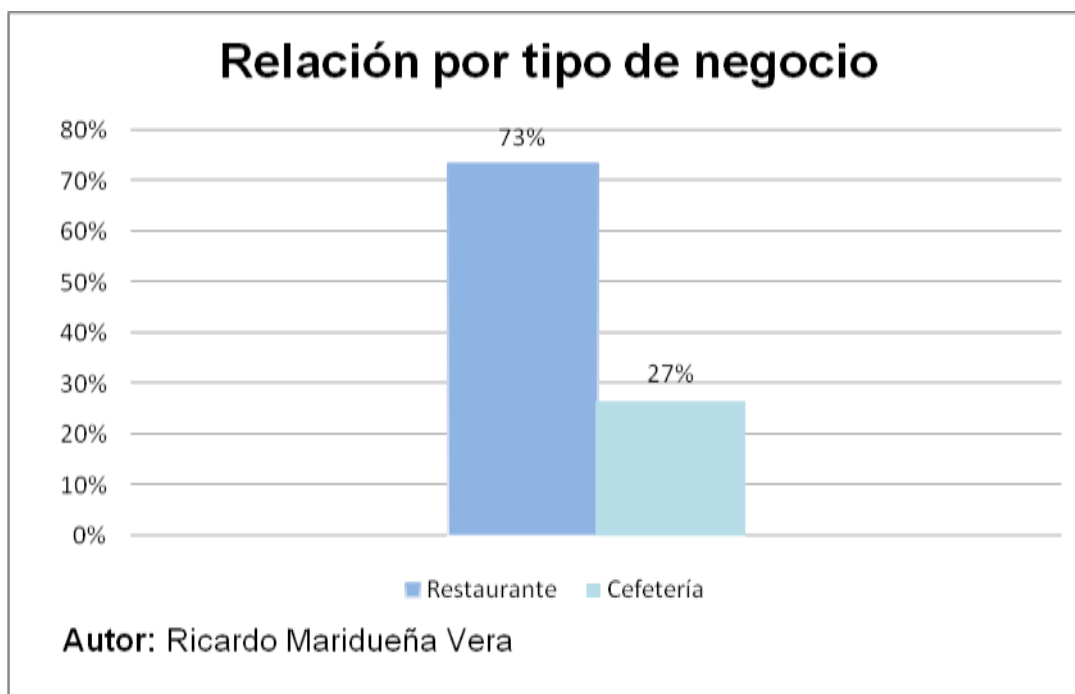
2.6. ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS.

La representación escrita del análisis e interpretación de los resultados, de acuerdo a la tabulación de las encuestas que se las ha realizado por secciones que son las siguientes: datos del negocio, imagen y posicionamiento, servicio del Proveedor, motivadores de compras.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Sección I- Datos del negocio

Ilustración 2 Relación por tipo de negocio



Fuente: Investigación de campo

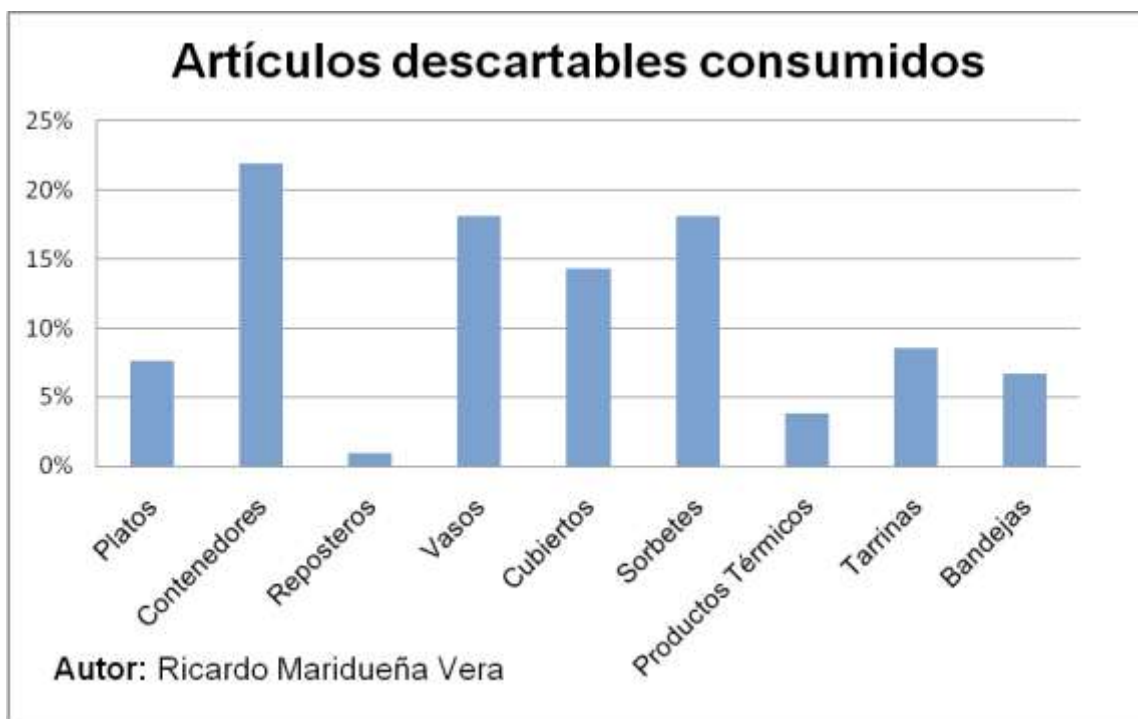
De acuerdo a los datos obtenidos en la sección I, tenemos como resultado que de la muestra, el 73% de los lugares encuestados son restaurantes de comidas rápidas y el 27% son cafetería. También se consultó cuántos de éstos son franquicias, como resultado se obtuvo que el 50% de los sitios entrevistados son franquicias y el otro 50% no.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Sección II- Imagen y posicionamiento

En cuanto a los productos que son más consumidos por los sitios encuestados se obtuvieron los siguientes resultados.

Ilustración 3 Artículos descartables consumidos



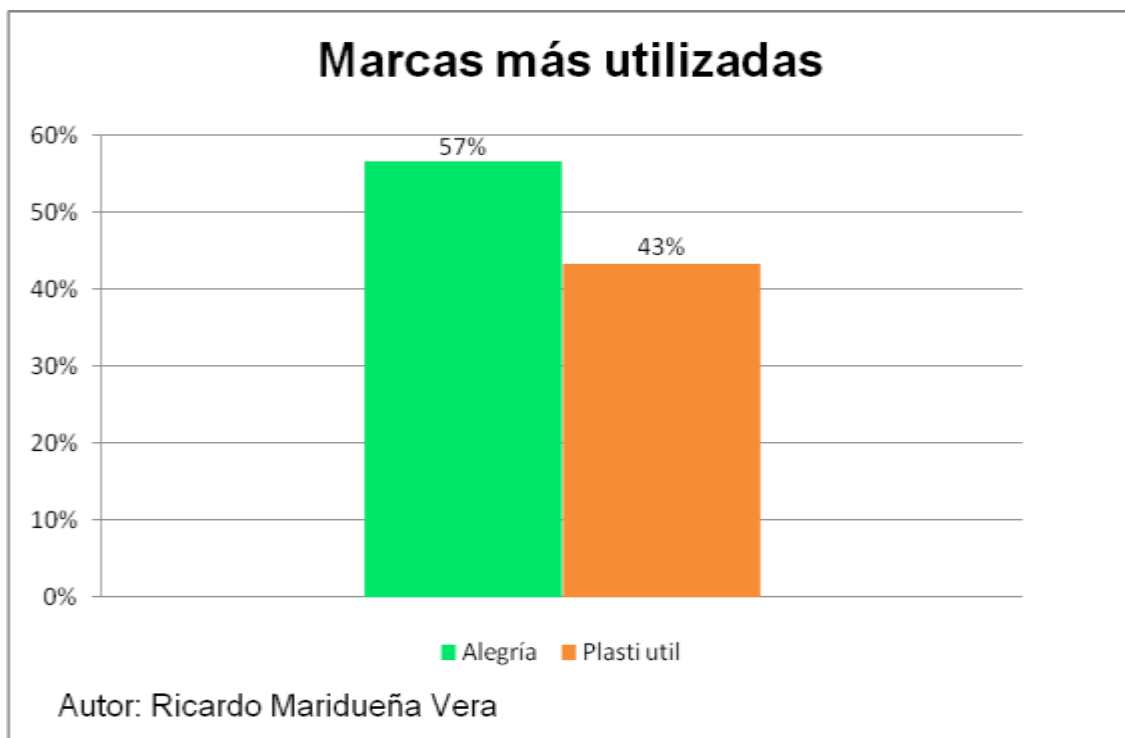
Fuente: Investigación de campo

Como observamos en el gráfico que el artículo descartable más consumidos son los contenedores con un 22% de participación, seguido por los vasos y sorbetes que tienen una participación del 18%,; los menos consumidos son reposteros con el 1%

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Cuando se preguntó por las marcas que en la actualidad utilizan, se obtuvieron los siguientes resultados.

Ilustración 4 Marcas más utilizadas



Fuente: Investigación de campo

El 57% indicaron usar la marca Alegría y el 43% la marca Plasti-útil, destacándose que la preferencia de uso estaba relacionada con la resistencia del material.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Cuando se consultó que marcas no comprarían, los resultados fueron los siguientes:

Ilustración 5 Marcas no recomendadas



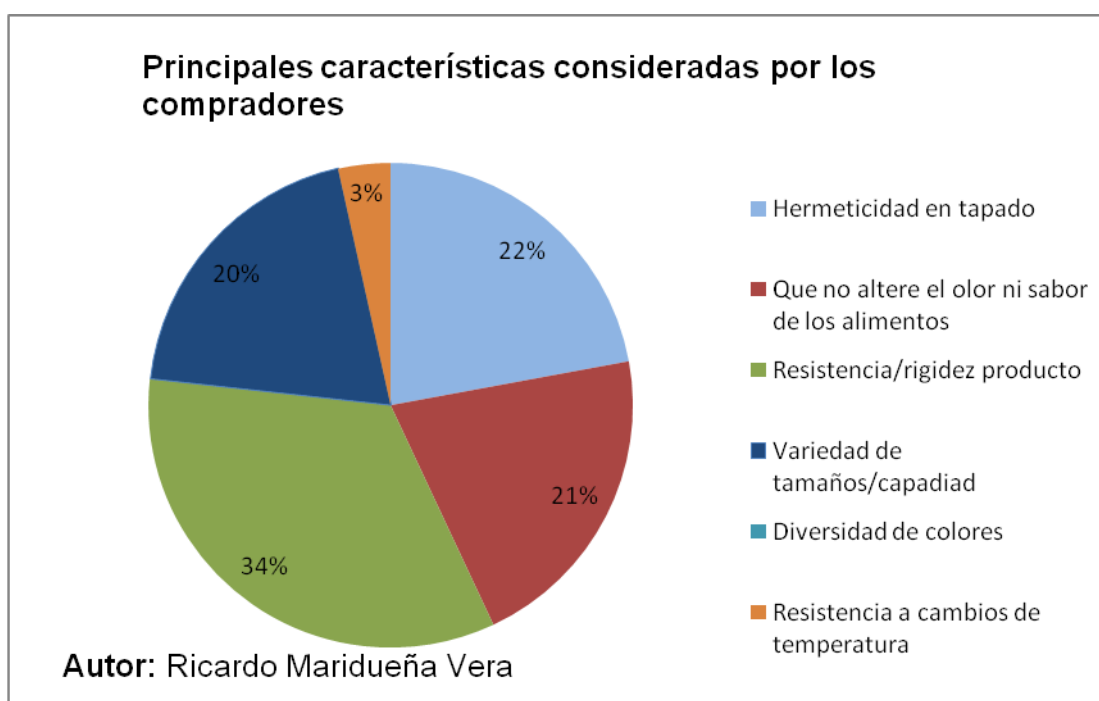
Fuente: Investigación de campo

Con el 40% de participación la marca Fiesta se encuentra como la principal marca que no recomendaría su uso, destacándose como su característica principal que no es resistente.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Cuando se consultó sobre las principales características que consideran al momento de adquirir un producto, se señalaron las siguientes:

Ilustración 6 Principales características consideradas por los compradores



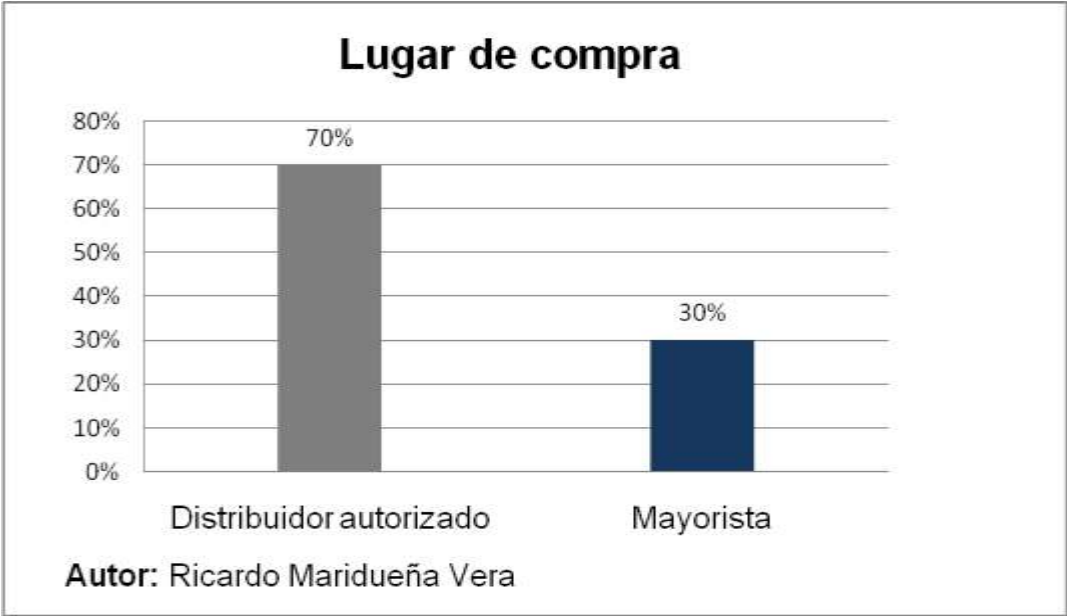
Fuente: Investigación de campo

La decisión de compra que prevalece con el 34% es la resistencia y rigidez del material, seguida por la hermeticidad en tapado con un 22%, y como la menos importante está la resistencia a cambios de temperatura, y la diversidad de colores que no es una determinante al momento de la compra.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Cuando se consultó sobre el sitio donde compran los productos, los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Ilustración 7 Lugar de compra



Fuente: Investigación de campo

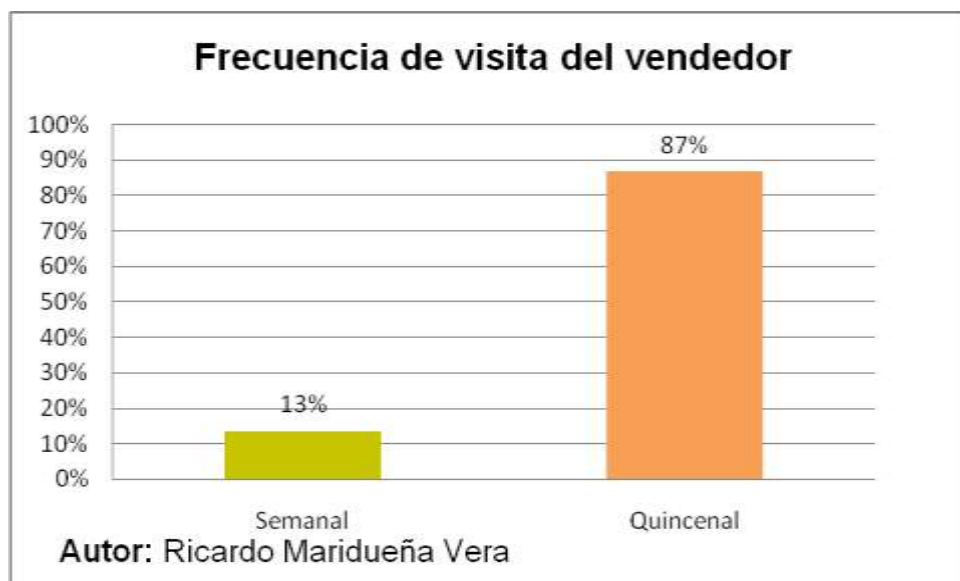
Los datos obtenidos en las encuestas nos indican que el 70% realizan sus compras en los distribuidores autorizados y el 30% de los encuestados lo hace directamente a los mayoristas.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Sección III- Servicio del Proveedor

En cuanto a los servicios que ofrecen los Proveedores de estos productos se obtuvieron las siguientes respuestas:

Ilustración 8 Frecuencia de visita del vendedor

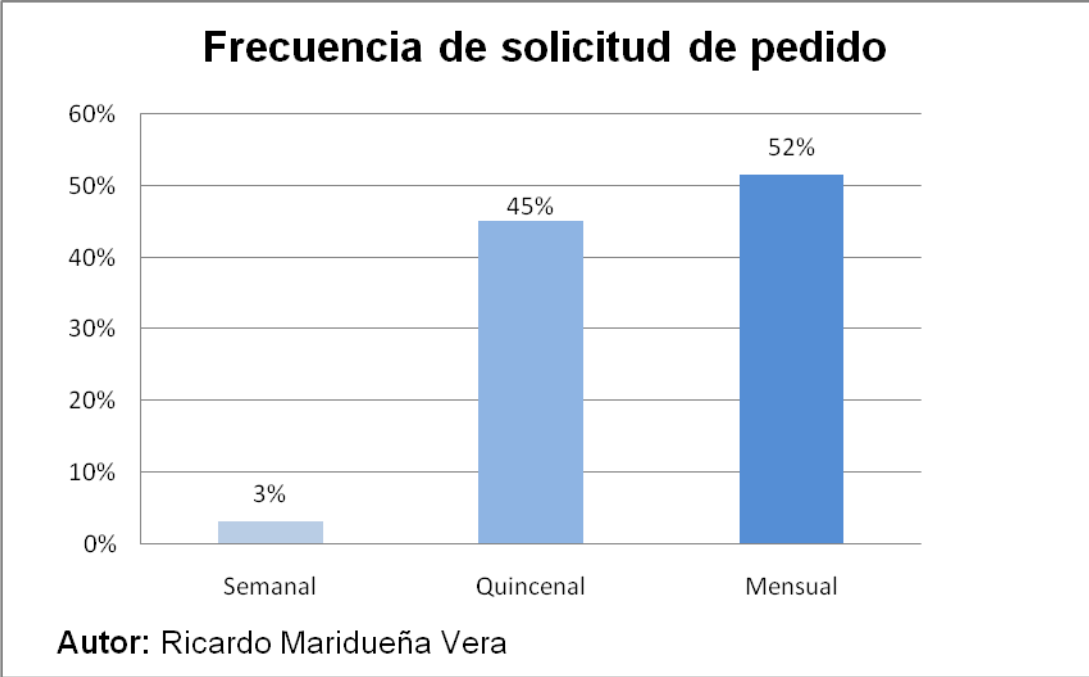


Fuente. Investigación de campo

La frecuencia con la que visitan los vendedores de las diferentes empresas está en el 13% lo realiza de manera semanal y el 87% de manera quincenal.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Ilustración 9 Frecuencia de solicitud de pedido

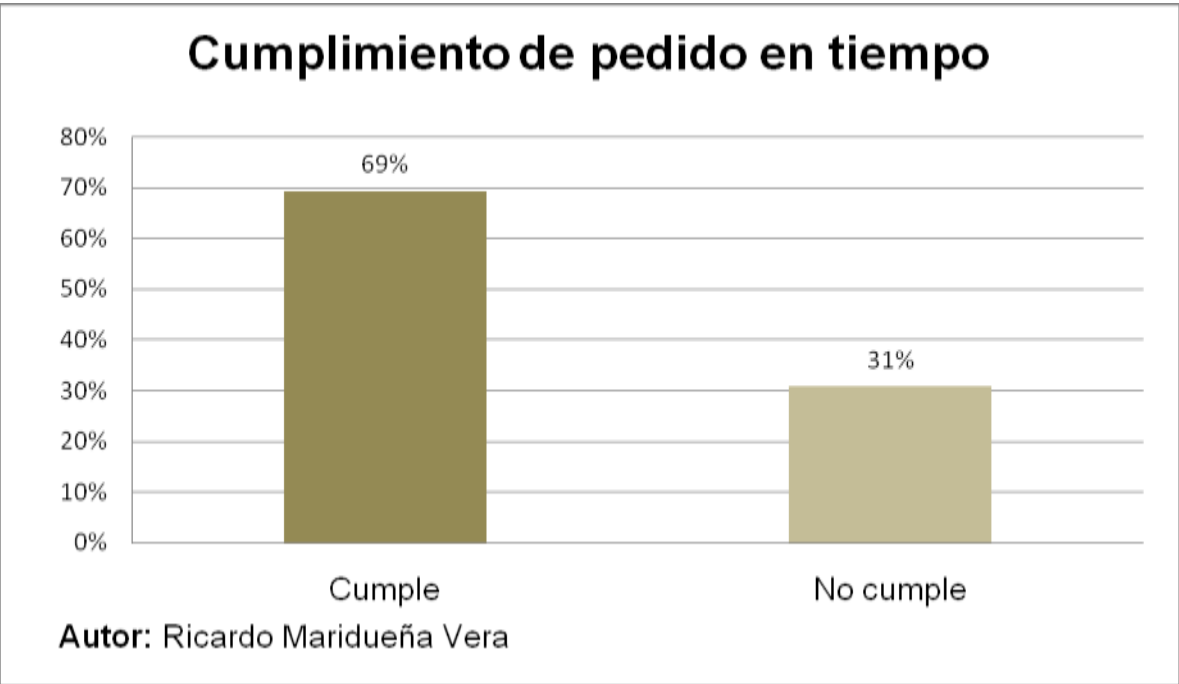


Fuente. Investigación de campo

Cuando se consultó con la frecuencia con la que las Empresas realizan sus pedidos los resultados fueron: el 3% de los encuestados indicó hacerlo de manera semanal, el 45% de manera quincenal y el 52% de manera mensual.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Ilustración 10 Cumplimiento de pedido en tiempo

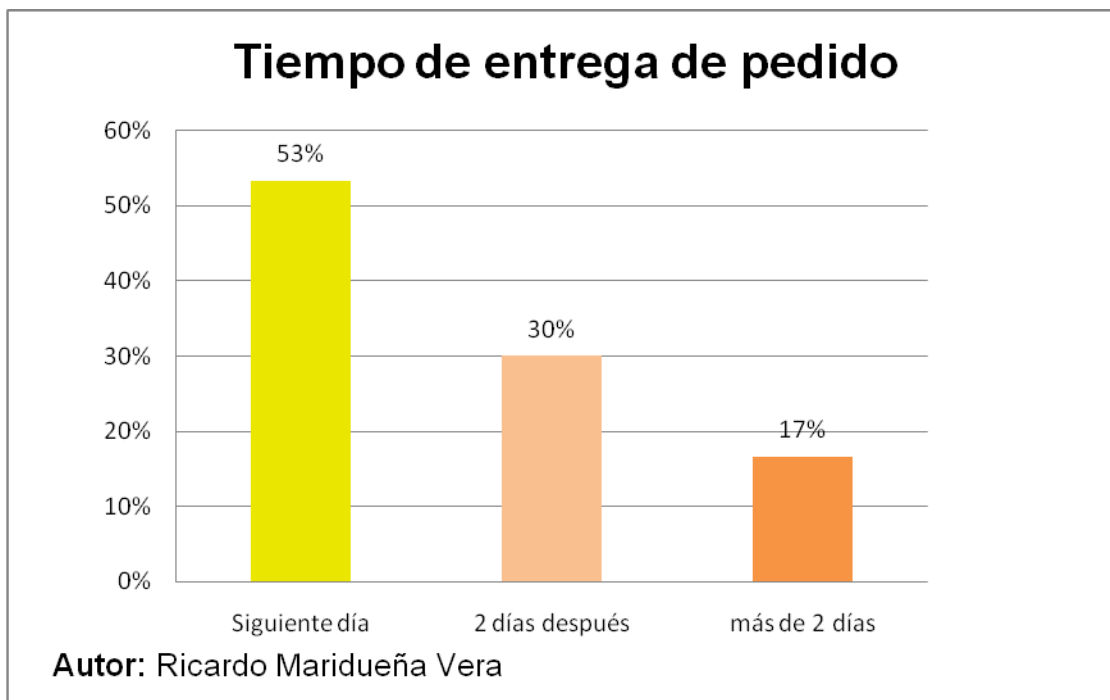


Fuente: Investigación de campo

Al consultar el cumplimiento en cuanto a la fecha de entrega los resultados muestran que el 69% de las Empresas cumplen con la fecha de entrega y que el 31% no lo hace.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Ilustración 11 Tiempo de entrega de pedido



Fuente: Investigación de campo

Cuando se consultó el tiempo en que demora la entrega de pedidos, los resultados fueron, el 53% entrega los pedidos al siguiente día, el 30% lo hace dos días después de la solicitud y el 17% lo realiza en más de dos días de haber realizado el pedido.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Ilustración 12 Cumplimiento de pedido en producto / unidades

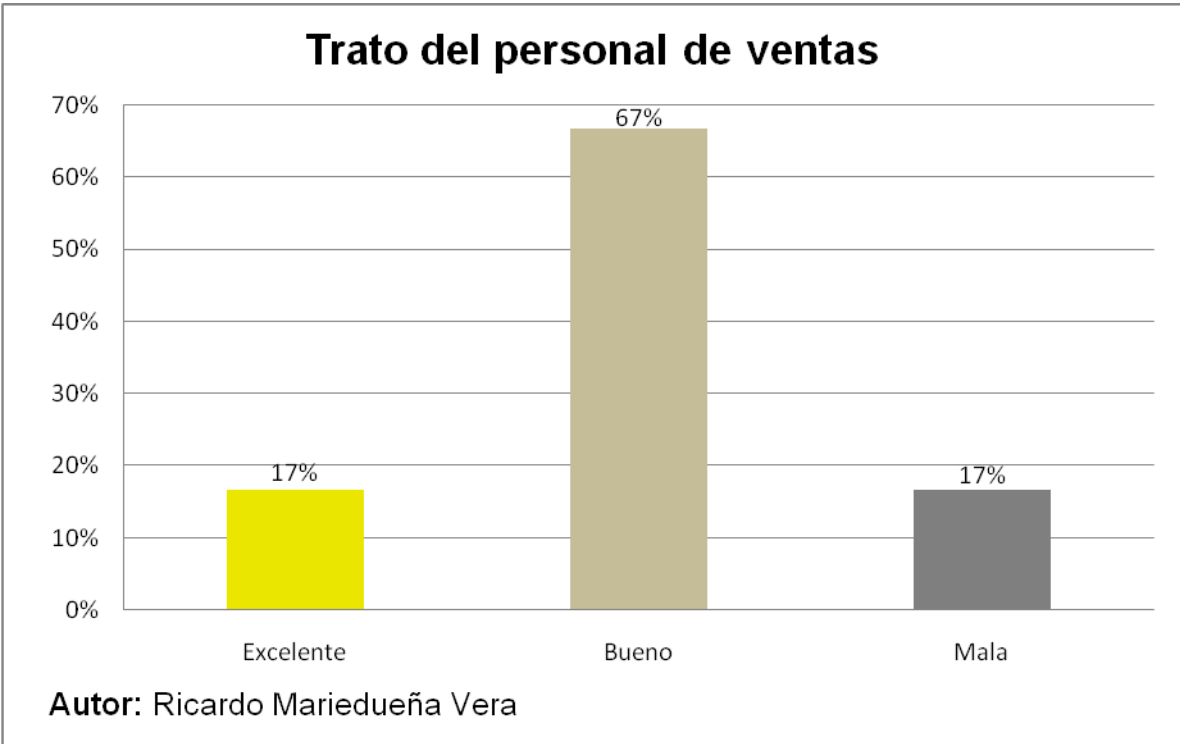


Fuente: Investigación de campo

Al preguntarse sobre el cumplimiento en cantidades o productos solicitados, los resultados obtenidos fueron; el 57% indicó que su pedido es entregado completo, el 43% indicó que el pedido llega incompleto, y que éste es completado en un rango de 2 a 5 días, que el porcentaje de incumplimiento está entre 10 al 30%.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Ilustración 13 Trato del personal de ventas



Fuente: Investigación de campo

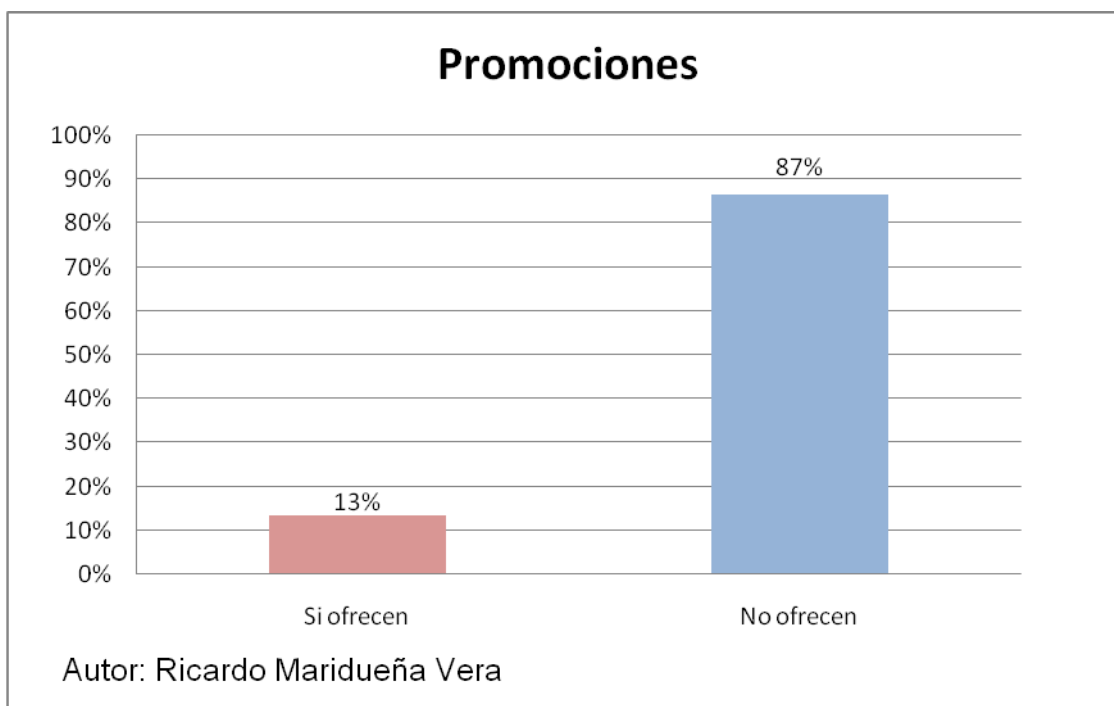
Cuando se preguntó del trato que reciben del personal de ventas de las Empresas con las que adquieren sus productos: el 17% expresó que es excelente, el 67% dijo que el trato es bueno y el 17% indicó que el trato que reciben es malo.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Sección IV- Motivadores de compras

Entre los motivadores de compras que tienen las Empresas a las cuales se realizaron la encuesta, están los siguientes:

Ilustración 14 Promociones



Fuente: Investigación de campo

Cuando se consultó si la Empresas a las que realizan compras les ofrecen promociones: el 13% respondió que si lo hacen y en su mayoría están enfocadas en descuentos en cantidades, el 87% indicó que no se ofrecen ningún tipo de promoción.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

También indicaron que el 100% de los clientes compra a crédito con un plazo que oscila entre los 30 y 45 días de crédito.

Finalmente se consultó cuáles serían los factores excluyendo el precio, que los motive a comprar una marca diferente a la que están comprando, las respuestas fueron:

- Mejoras en el servicio al Cliente,
- Cumplimiento en fecha de entregas, productos y cantidades solicitadas.
- Mejor calidad del producto, promociones o descuentos.

Por lo anteriormente desglosado se concluye que la Empresa Plásticos Ecuatorianos S.A., con su marca Alegría tiene una participación del mercado del 57%, ; que corresponde al canal de ventas por el cual las Empresas compradoras están adquiriendo el producto a través de los distribuidores, que en su mayoría son Clientes que tiene Plásticos Ecuatorianos, por tanto si se hace una atención directa con asesores de ventas de la Empresa y no a través de los distribuidores podríamos aumentar la cuota del mercado, y a su vez corregir los problemas que actualmente tiene el distribuidor como son:

- Retrasos en tiempos de entregas.
- Pedidos incompletos.

Y adicional entregar un producto con un mejor precio, o con la generación de promociones que motiven más la compra y uso de productos que no tengan mayor demanda.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

CAPÍTULO III

EL PRODUCTO O SERVICIO

Cada restaurante y cafetería se abastece según la necesidad de su negocio, de acuerdo al estudio de mercado y seguimiento de la recurrencia en categorías de sus propios clientes.

3.1. CARACTERISTICA DEL PRODUCTO Y SERVICIO A OFRECER

3.1.1. Los productos que participan en este proyecto son los siguientes:

- **PLATOS**

Elaborados con polímeros y aditivos admitidos en las regulaciones alimentarias.; es decir que cumple con el máximo componente químico que no permite variaciones sensoriales del gusto en su contenido.



- **CONTENEDORES**

Elaborados con polímeros y aditivos admitidos en las regulaciones alimentarias.; es decir que cumple con el máximo componente químico que no permite variaciones sensoriales del gusto en su contenido.



Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

- **REPOSTEROS**

Elaborados con polímeros y aditivos admitidos en las regulaciones alimentarias.; es decir que cumple con el máximo componente químico que no permite variaciones sensoriales del gusto en su contenido.



- **VASOS**

Elaborados con polímeros y aditivos admitidos en las regulaciones alimentarias.; es decir que cumple con el máximo componente químico que no permite variaciones sensoriales del gusto en su contenido.



- **CUBIERTOS**

Elaborados con polímeros y aditivos admitidos en las regulaciones alimentarias.; es decir que cumple con el máximo componente químico que no permite variaciones sensoriales del gusto en su contenido.



Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

- **SORBETES**

Elaborados con polímeros y aditivos admitidos en las regulaciones alimentarias.; es decir que cumple con el máximo componente químico que no permite variaciones sensoriales del gusto en su contenido.



Individualmente protegidos para evitar la contaminación.

BANDEJAS

Elaborados con polímeros y aditivos admitidos en las regulaciones alimentarias.; es decir que cumple con el máximo componente químico que no permite variaciones sensoriales del gusto en su contenido.



TARRINAS

Elaborados con polímeros y aditivos admitidos en las regulaciones alimentarias.; es decir que cumple con el máximo componente químico que no permite variaciones sensoriales del gusto en su contenido.



Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

PRODUCTOS TÉRMICOS

- En termo formado, con alto aislamiento térmico que permite conservar la temperatura de los alimentos que guardan en su contenido.
- Se fabrican con materiales que no contienen BPA o BISFENOL-A: a cuyos componentes químicos se le atribuye enfermedades como el cáncer, diabetes y demás enfermedades del sistema inmunológico y endócrino.

El interior está hecho de polipropileno y el exterior de elastómeros termoplásticos.



El servicio a ofrecer al mercado demandante de los productos anteriormente caracterizados es personalizado y directo entre el cliente y el fabricante; ya que actualmente la empresa cuenta con un distribuidor que posiciona la marca de los productos en el mercado.

La personalización en este servicio tendrá dos características fundamentales:

- Agilidad en el despacho de los pedidos.
- Exactitud en cantidad y modelos de los productos.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Para cumplir con lo anterior se propone la contratación de un Ejecutivo de cuentas claves, cumplidor de agenda establecida para recoger pedidos, distribución verificada con entrega a tiempo a los clientes y servicio de post venta haciendo el seguimiento de conformidad, sin que lo anterior presente una inversión mayor a la empresa.

3.2. CADENA DE VALOR

La cadena de valor propuesta para la implementación de este proyecto es la siguiente:

Tabla 3 Cadena de Valor

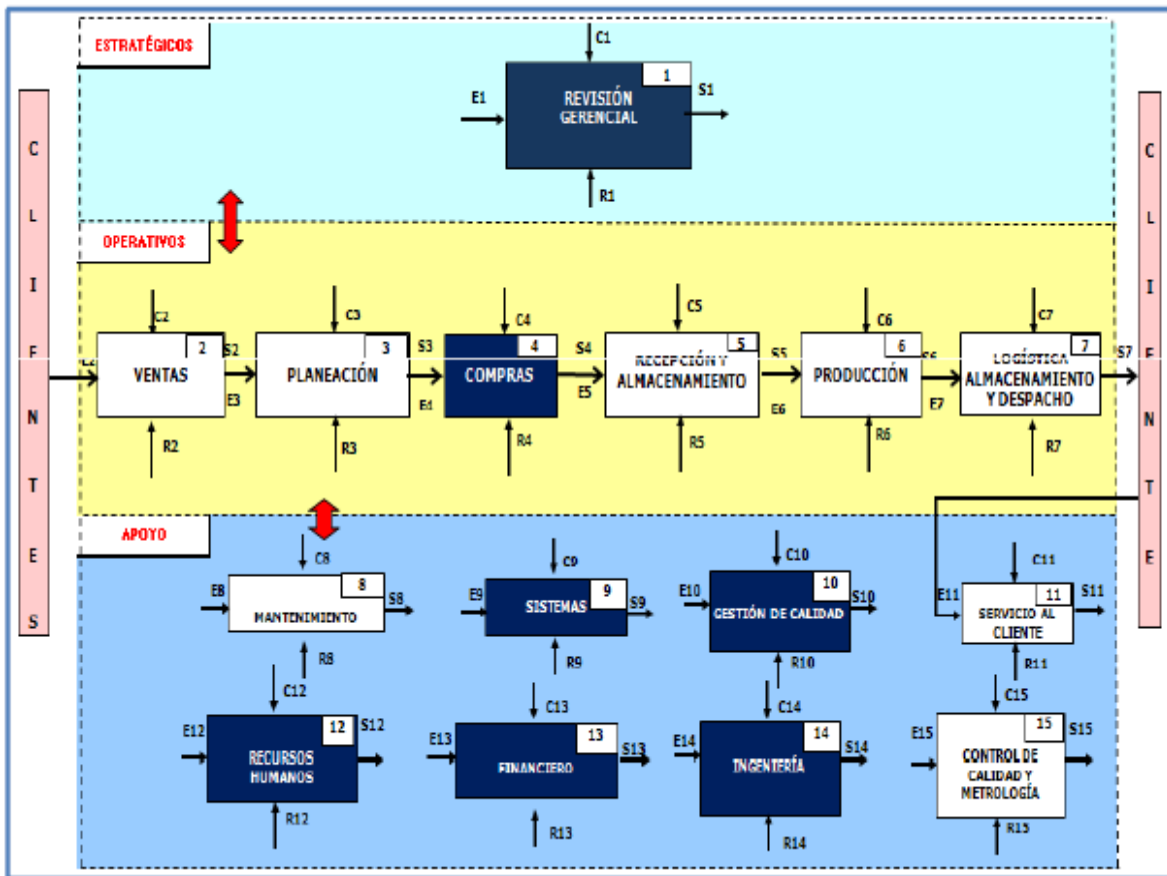
LOGISTICA INTERNA: Bodegaje de los productos terminados.		
OPERACIONES: Fabricación de los productos.		
LOGISTICA EXTERNA: Distribución en transportes para entrega de productos		
VENTAS: Colocación de los productos.		
COMPRAS: Adquisición de la materia prima para la fabricación.	TECNOLOGIA: Adquisición de equipos electrónicos para tomar los pedidos.	RECURSOS HUMANOS: Contratación del personal idóneo para ejecución de propuesta.

Elaborado por: Ricardo Maridueña Vera

Fuente: Organigrama Plásticos Ecuatorianos S.A. (Adaptación).

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Ilustración 15 Cadena de Valor



Fuente: Plásticos Ecuatorianos S.A.

3.2.1. LOGISTICA INTERNA:

Los procedimientos actuales de Logística no sufrirán ninguna alteración, puesto que el proceso de fabricación no se verá afectado porque la manera de recibir y almacenar los insumos de la materia prima seguirá cumpliendo los tiempos y estándares establecidos.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

3.2.2. OPERACIONES

Los procedimientos actuales de las Operaciones no sufrirán ninguna alteración, puesto que el proceso de fabricación no se verá afectado.

3.2.3. LOGISTICA EXTERNA

La logística externa se verá afectada en cuanto a los tiempos de reparto a los clientes, por lo cual se re-planteará los cronogramas de entrega de acuerdo a las necesidades de los nuevos clientes directos; coordinándose la entrega con la prioridad a éstos en los recorridos respectivos, solicitando al Líder de área que el reparto empiece con una hora de antelación a la jornada normal que a hoy está establecida. Ventajosamente los pedidos son con espacios de tiempos estandarizados porque los clientes de estas cuentas tienen sistematizadas la entrega-recepción de sus pedidos. Esto quiere decir que generalmente no son clientes cuyas excepciones de pedidos a destiempo es una costumbre.

3.2.4. VENTAS

Las ventas las realiza el Ejecutivo de Cuentas Claves asignado, in situ; el mismo pertenecerá al Área COMERCIAL-Sección FOOD SERVICES. Los gastos de marketing no serán necesarios porque los productos ya están posicionados en el mercado, más bien lo que se enviará a cada cliente es una carta de comunicación firmada por la persona que representa el área comercial o de la gerencia general; en la cual se notificará que los productos van a ser comercializados por el fabricante.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

3.2.5. COMPRAS:

Los procedimientos actuales de Compras de la materia prima para la fabricación de los productos, no sufrirá ninguna alteración, puesto que el proceso de éste no se verá afectado.

3.2.6. TECNOLOGIA

Los pedidos tomados por el Ejecutivo de Cuentas Claves lo hará utilizando un hand help o palm que está enlazada con el sistema de pedidos de la empresa para que de esta manera la información esté en la empresa inmediatamente y se inicie el proceso de despacho; de acuerdo a las políticas y procedimientos internos para cada proceso.

3.2.7. RECURSOS HUMANOS

El proyecto ya tiene un mercado objetivo establecido que consume los productos que están circulando comercialmente en Guayaquil, y para darle la atención personalizada se necesita la contratación de 1 Ejecutivo de Cuentas Claves que le de mantenimiento a los clientes para que aumente la cuota en el mercado. El perfil del cargo y las funciones de éste se explican más adelante.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

3.3. FODA

A continuación se expone el análisis estructural externo e interno que apalanca el desarrollo del proyecto; el mismo que se basa en el estudio de mercado realizado y además del conocimiento interno de la organización.

3.3.1. FORTALEZAS

- Plásticos Ecuatorianos S.A., posee las estructuras e instalaciones idóneas para la fabricación de productos descartables de alta calidad por lo cual es reconocida dentro del mercado nacional
- Los trabajadores están altamente comprometidos con la empresa; lo cual lo demuestran en su desempeño veraz y en el cumplimiento de todos los procedimientos que ejecutan, creando con ello un buen clima y comportamiento organizacional
- Empresa con una expansión internacional significativa.
- Capacidad para la distribución y abastecimientos de clientes de cuentas especiales o también llamados cuentas claves, con prometedoras posibilidades de expansión.

3.3.2. OPORTUNIDADES

- Creciente uso de artículos descartables por higiene y comodidad en los hogares y negocios de alimentos.
- Incremento de negocios pequeños, medianos y grandes dentro de la industria alimenticia de comidas rápidas.
- Desarrollar nuevas líneas de productos, como el PET.
- Incentivo gubernamental para la industria nacional.
- Probabilidades para implementar una línea con artículos biodegradables o reciclados.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

- Incrementar exportaciones con artículos diferenciados en modelos.
- Fabricar con sistemas de gestión con el aval de las Certificaciones BPM, ISO HCCP permite entrar y mantenerse con clientes multinacionales de la industria alimenticia.

3.3.3. DEBILIDADES

- Los productos que comercializan descartables son commodities.
- Los precios en relación a los productos de la competencia están elevados en un 5%.
- Poca inversión para el cambio de maquinarias con nueva tecnología.
- No siempre hay inventario disponible para cumplir el pedido del cliente
- Bajo conocimiento de necesidades de cliente final, necesidad de un sistema de CRM, manejo de post venta en consumo masivo.
- Índices preocupantes de entregas incompletas y a destiempo por parte del distribuidor con altos niveles de ventas pérdidas. Gran cantidad de ítems personalizados o re empacados que añaden complejidad a la operación.

3.3.4. AMENAZAS

- El apoyo gubernamental actual a la industria nacional fomenta la fabricación de productos de similares características a los que fabrica Plásticos Ecuatorianos S.A.
- La última reforma a la Ley de Comercio Exterior afecta el límite de importaciones de materia prima, maquinarias y moldes.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

CAPÍTULO IV

PLANES ESTRATÉGICOS

El desarrollo del presente Plan de Ventas, es la propuesta de asumir la comercialización directa de productos plásticos descartables a restaurantes de comida rápida y cafeterías en la ciudad de Guayaquil; que actualmente está siendo posesionado por un distribuidor.

Se ha considerado los siguientes parámetros para su elaboración:

PREMISA: Si la empresa asume la comercialización directa de los productos FOOD SERVICES se fidelizará la marca en el mercado con altas posibilidades de ampliar su cuota en el mismo, tanto en cantidad de unidades como en valores para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A.

PLAN POR PRODUCTO: La comercialización de productos plásticos descartables para restaurantes de comidas rápidas y cafeterías.

PLAN POR ORIGEN: Partiendo de los clientes que actualmente son los clientes del distribuidor.

4.1. PLAN DE VENTAS

La empresa para llevar a cabo esta inserción de clientes directos se cuenta con lo siguiente:

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

4.1.2. FUERZA DE VENTAS

Tabla 4 PERFIL DEL CARGO: EJECUTIVO DE CUENTAS CLAVES

DEPARTAMENTO:	COMERCIAL
SECCION:	FOOD SERVICES
MISION DEL CARGO:	Promover ventas efectivas a restaurantes de comidas rápidas y cafeterías.
RELACIONES INTERNAS PARA SU FUNCION:	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de Ventas • Asistente de Ventas • Jefe de Ventas • Jefe de Créditos y Cobranzas • Jefe de líneas de producción • Supervisores de calidad • Jefe de Servicio al cliente
RELACIONES EXTERNAS PARA SU FUNCION:	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes. • Eventos y convenciones de industrias y alimenticias. Por ejemplo Feria del Café.
FORMACION ACADEMICA:	<ul style="list-style-type: none"> • Preferentemente titulado en estudios de pre-grado en carreras comerciales y de Ventas. • Mínimo haber cursado 3 años de carreras universitarias mencionadas.
FORMACION COMPLEMENTARIA:	<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de Ventas. • Atención personalizada a clientes. • Técnicas de Negociación.
EXPERIENCIA LABORAL:	<ul style="list-style-type: none"> • Preferentemente en empresas de la misma naturaleza, no por menos de 5 años.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

	<ul style="list-style-type: none"> • Mínima experiencia en empresas de servicios.
RESPONSABILIDAD SOBRE:	<ul style="list-style-type: none"> • Activo Físico: Teléfono móvil, equipos tecnológicos, catálogos de productos y productos de la empresa. • Información: Facturas, retenciones, Información confidencial, notas de Débito, notas de crédito. • Opcional: Activo Financiero: Cheques, Dinero en efectivo.
COMPETENCIAS CORPORATIVAS:	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa • Creatividad • Orientación a Resultados • Habilidad de relacionarse con empatía • Adaptabilidad al cambio • Trabajo en equipo
COMPETENCIAS TECNICAS DE GESTION:	<ul style="list-style-type: none"> • Proponer Soluciones • Habilidad para concretar negocios • Orientación al logro de objetivos
REMUNERACION MONETARIA:	<ul style="list-style-type: none"> • Sueldo base \$ 700,00 • Comisiones sobre productos facturados y cobrados. • Comisiones adicionales por nuevos clientes efectivos. (Captación).

Elaborado por: Ricardo Maridueña Vera
Fuente: Departamento de Recursos Humanos

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Tabla 5 DESCRIPTIVO DE FUNCIONES

QUE HACE?	COMO LO HACE?	PARA QUE LO HACE?
Manejar las cuentas claves asignadas.	Visita personalizada de acuerdo a cronograma de visita.	Para mantenimiento de cuenta, revisar inventarios, servicio de venta y post-venta.
Coordinar recepción y retiro diario de los pedidos que envían los clientes.	Con los clientes a través de llamada telefónica o correo electrónico.	Para cumplir con el compromiso adquirido y no tener problemas en el momento de la recepción.
Atender reclamos por problemas presentados a los clientes.	Realiza visita conjuntamente con el personal de calidad.	Para cumplir con los requisitos de calidad solicitados por el cliente.
Buscar y desarrollar nuevos clientes de cuentas especiales o claves.	A través de contacto personal, correo, referidos, etc.	Para incrementar las ventas y cartera de clientes.
Realizar encuestas a clientes especiales o claves de acuerdo a programa anual.	Visita personal conjuntamente para llenar formulario de encuestas de satisfacción de atención y productos.	Para medir la satisfacción del cliente y mejorar en caso de ser necesario.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Elaborar presupuesto anual de las cuentas asignadas.	A través de Excel se envía al sistema, de acuerdo a lo requerido por cada cliente.	Para que Logística, Compras y Operaciones puedan programar, sus necesidades y cumplir oportunamente con las entregas de los pedidos de los clientes.
Colaborar con el Dpto. de Cartera en la gestión de cobranzas, cuando el cliente se atrasa con los pagos.	A través de visita personal o llamada telefónica.	Para poder cumplir con las entrega de los pedidos solicitado por los clientes.
Reportar en forma verbal las actividades y novedades en los recorridos asignados.	Reuniones diarias de avances de gestión.	Para informar al jefe inmediato las novedades, necesidades y expectativas del cliente.
Elaborar cartas, cotizaciones, informar fechas de entrega de los pedidos, actualización de precios.	A través de correo y personalmente.	Para atender lo requerido por el cliente y que fluya una constante comunicación.

Elaborado por: Ricardo Maridueña Vera

Fuente: Departamento de Recursos Humanos-Plásticos Ecuatorianos S.A.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

4.1.2. PROMOCIONES DE VENTAS

No aplicable a clientes de cuentas claves porque se otorgan descuentos y plazos de créditos preferenciales.

4.1.3. POLITICAS DE PEDIDOS

- El Ejecutivo de Cuentas Claves contratado realiza las visitas planificadas.
- El Ejecutivo de Cuentas Claves contratado toma el pedido mediante el equipo asignado (Hand Help/Palm).
- El Ejecutivo de Cuentas Claves contratado entrega el valor a facturar a los clientes, por los pedidos solicitados.
- El Ejecutivo de Cuentas Claves contratado hace el seguimiento respectivo en la empresa para RECONFIRMAR el despacho de los productos.
- El Ejecutivo de Cuentas Claves contratado hace el seguimiento respectivo en los clientes para RATIFICAR LA CONFORMIDAD en cantidad y modelos en la recepción de los pedidos.

4.1.4. POLITICAS DE CREDITOS Y COBRANZAS

Tabla 6 Políticas de Créditos y Cobranzas

1)	El Ejecutivo de Cuentas Claves contratado está autorizado a otorgar créditos a 30 – 60 – 90 días de acuerdo al monto solicitado; siguiendo los siguientes parámetros.
2)	Hasta \$ 5000.00 : cheques en garantía. De \$ 5000.00 - \$ 7,999.00 : Letras de cambio. De \$ 8000.00 - \$ 9.999,00 : Pagaré De \$ 10000.00 en adelante : Garantía Real.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

3)	El Ejecutivo de Cuentas Claves contratado sigue las directrices del departamento de Créditos y Cobranzas para el otorgamiento de los créditos, puesto que ya están registrados y aceptados en la base de datos de la empresa con los respectivos documentos habilitantes.
-----------	---

Elaborado por: Ricardo Maridueña Vera.

Fuente: Departamento de Procesos y DDOO-Plásticos Ecuatorianos S.A.

4.1.5.1. POLITICAS DE VENTAS INTERNAS

Las políticas internas están plasmadas en el Reglamento Interno de la empresa y no sufrirán cambios por la ejecución de este proyecto.

4.2. RELACION CON LA MERCADOTECNIA

4.2.1. PRODUCTO

El enfoque de los productos se los comercializará en los 3 niveles:

Tabla 7 Niveles de Producto

BASICO	REAL	AUMENTADO
Productos plásticos descartables, se comercializará con muestras y en folletería.	Productos plásticos descartables ALEGRIA , se comercializará como un producto de costo superior a los del mercado por la calidad de su materia prima y porque no contamina interna ni externamente al ser humano y su medio ambiente; lo cual se evidenciará con la ficha técnica de cada uno de ellos.	Productos plásticos descartables ALEGRIA , se comercializará como un producto con mayor resistencia a las temperaturas y no vulnerable a los sentidos.

Elaborado por: Ricardo Maridueña Vera.

Fuente: Departamento de Procesos y DDOO-Plásticos Ecuatorianos S.A.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

4.2.2. PRECIO

El precio de los productos en relación a los de la competencia son superiores en un 5%, porcentaje que se va a mantener por la inversión que hace la empresa en la materia prima para la fabricación de los mismos.

4.2.3. PLAZA

La plaza a atender está ya establecida por el distribuidor que a hoy los asiste con los pedidos; en tal caso como una meta adicional para el Ejecutivo de Cuentas Claves es la de ampliar la cartera de clientes bajo esta categoría en la ciudad de Guayaquil.

El crecimiento de la plaza estará determinada por el aumento de clientes mas no por el volumen de pedidos por los clientes actuales.

4.2.4. PROMOCION

Los productos plásticos descartables son considerados como productos nobles, con disposición a ser parte de promociones muy discretas, es decir máximo 2 promociones por cada año, ya que los costos de fabricación son elevados.

A continuación un par de propuesta de promociones para poner a consideración de quien corresponde autorizar en la empresa:

Tabla 8 Propuestas de promoción

No.	CONDICIONANTES	MECANICA DE PROMOCION
Opción 1	Pedidos realizados en los meses de enero – marzo – abril –junio –agosto – septiembre y octubre.	Docena de 13 unidades.
Opción 2	Extensión de plazo de crédito a 45 días – 75 días – 105 días.	Clientes con créditos de 30 días 60 días – 90 días.

Elaborado por: Ricardo Maridueña Vera

Fuente: Departamento de Procesos y DDOO-Plásticos Ecuatorianos S.A.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

CAPÍTULO V

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

La aplicabilidad del proyecto se justifica por la ganancia que se proyecta obtener en base al análisis financiero que se explica a continuación en los diferentes puntos que éste contiene para el efecto de lo mencionado.

5.1. DETERMINACION DE LA INVERSION INICIAL.

Por ser una empresa con trayectoria comercial, constituida hace más de cuarenta y siete años en el mercado nacional, y de acuerdo al enfoque del proyecto no es necesario hacer una inversión inicial significativa, pues solo es necesario generar aportes económicos en los siguientes rubros; gastos administrativos, con el incremento de un vendedor quien estará a cargo de la cartera de Clientes denominados FOOD SERVICES, otro rubro que tendrá incremento será el de equipos, por la adquisición de los equipos de trabajo necesarios como son un vehículo para la movilización del Ejecutivo de cuentas claves y un hand help para la toma de pedidos.

Tabla 9 Inversión Inicial

ACTIVO FIJO	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	% Depreciación	Depreciación anual	Depreciación mensual
Hand help	1	1.900,00	1.900,00	33%	627,00	52,25
Vehículo	1	16.000,00	16.000,00	20%	3.200,00	266,67

Elaborado por: Ricardo Maridueña Vera

Fuente: Análisis Financiero

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Plásticos Ecuatorianos S.A., cuenta con una estructura e instalaciones ya establecidas, éstas incluyen los equipos de oficina e implementos proporcionados a sus colaboradores para la ejecución a cabalidad de sus funciones. Además es menester recordar que lo propuesto es la absorción de la cartera de Clientes de los distribuidores para brindar una mejora en la Atención a los Clientes, aumentar la cuota de mercado e incrementar las ventas en esta línea de productos sin que ello se traduzca en mayor inversión en infraestructura o un incremento de la producción.

5.2. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

De acuerdo a lo mencionado en el apartado anterior, no es necesario contar con un financiamiento, pues la compra de los equipos necesarios para la habilitación de la persona a contratar en ventas, serán incluidos en el presupuesto de gastos, los mismos que estarán cubiertos por las ganancias que genere este proyecto.

5.3. ESTADOS FINANCIEROS

De acuerdo a la información proporcionada en el Estado de Resultado, que es uno de los Estados Financieros analizados en este punto, se observa que en el escenario sin proyecto se obtendría una ganancia al final de ejercicio fiscal por el valor de \$ 4,373,838.71, en comparación con el resultado al final del ejercicio fiscal en el escenario con proyecto la ganancia sería de \$ 5,222,468.90 en términos porcentuales equivale un 3% más que la opción sin proyecto, convirtiéndose en una opción atractiva financieramente hablando.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Tabla 10 Estado de Resultados

Plásticos Ecuatorianos S.A.				
Estado de Resultados				
Para el año 2014 con proyecto (CP) y sin proyecto (SP)				
Expresado en dólares estadounidenses				
	2014 (CP)	% Vertical	2014 (SP)	% Vertical
Ventas Netas	\$ 50.031.364,54	100%	\$48.031.364,54	100%
Costos de ventas	\$ 30.755.663,94	61%	\$30.152.611,71	63%
Utilidad Bruta	\$ 19.275.700,60		\$17.878.752,83	
Gastos de Operación:				
Gastos de administración	-\$ 7.429.582,10	-15%	-\$ 7.283.904,02	-15%
Gastos de ventas	-\$ 4.931.446,40	-10%	-\$ 4.834.751,37	-10%
Utilidad antes de otros egresos neto	\$ 6.914.672,10		\$ 5.760.097,44	
Otros egresos, Neto	\$ 313.658,56	1%	\$ 293.658,56	1%
Utilidad antes de participación de trabajadores	\$ 7.228.330,66		\$ 6.053.756,00	
Participación de los trabajadores	\$ 1.084.249,60	2%	\$ 908.063,40	2%
Utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 6.144.081,06		\$ 5.145.692,60	
Impuesto a la renta	\$ 921.612,16	2%	\$ 771.853,89	2%
Utilidad del ejercicio	\$ 5.222.468,90	11%	\$ 4.373.838,71	9%

Elaborado por: Ricardo Maridueña Vera

Fuente: Cuadros de Análisis Financieros

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Con la información presenta en el Balance General podemos observar la incidencia de la aplicación del proyecto en las cuentas de activos tanto como en las de pasivos, por el lado de los activos la variación es del 1% entre la opción sin proyecto vs la opción con proyecto, que tiene su incidencia en la cartera pendiente de cobro por la adquisición de los nuevos Clientes. En cuanto a los pasivos la variación entre la opción con proyecto y sin proyecto es del 2%, esta explicada por la adquisición de la deuda del vehículo, también se observa un crecimiento del 1% del patrimonio debido a la ganancias que genera este proyecto.

Tabla 11 Balance General

Plásticos Ecuatorianos S.A.		
Balances Generales		
Para el año 2014 con proyecto (CP) y sin proyecto (SP)		
Expresado en dólares estadounidenses		
Activos	2014 SP	2014 CP
Total Activos Corrientes	\$ 22.451.000,00	\$22.900.020,00
Total Propiedades, Planta y Equipo, Neto	\$ 52.192.000,00	\$52.212.000,00
Total de Activos	\$ 74.643.000,00	\$75.112.020,00
Total Pasivos corrientes	\$ 17.920.000,00	\$18.278.400,00
Pasivo a largo plazo	\$5.502.000,00	\$ 5.522.000,00
Total Pasivos	\$ 23.422.000,00	\$23.800.400,00
Total Patrimonio de los Accionistas	\$ 51.221.000,00	\$51.311.620,00
Total Pasivo y Patrimonio	\$ 74.643.000,00	\$75.112.020,00

Elaborado por: Ricardo Maridueña Vera
Fuente: Cuadros del Análisis Financiero

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

5.4. SEGUIMIENTO Y EVALUACION

El proyecto ha sido evaluado con los tres parámetros convencionales: económicos, financieros y social.

5.7.1. INDICADORES A EVALUAR CUMPLIMIENTO

Tabla 12 Razones de Rentabilidad

RAZONES DE RENTABILIDAD

		2014 SP	2014 CP
Margen neto de Utilidades	Utilidad Neta	\$ 0.09	\$ 0.10
	Ventas netas		
ROA	Utilidad Neta	\$ 0.06	\$ 0.07
	Activos Totales		
ROE	Utilidad Neta	\$ 0.09	\$ 0.10
	Patrimonio		

Elaborado por: Ricardo Maridueña Vera

Fuente: Cuadros de Análisis Financiero

Los indicadores financieros que se están tomando en consideración para demostrar el aporte que hace el proyecto a la Empresa, están enfocados en la rentabilidad que se obtiene a través de su implementación y el impacto positivo que este tienen.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

El margen de utilidad expresa que por cada dólar que se vende se obtiene diez centavos de utilidad en la opción con proyecto, mientras que en la opción sin proyecto se tiene nueve centavos de utilidad.

El rendimiento sobre los activos (ROA) muestra que por cada dólar que hay de activos se gana seis centavos en la opción sin proyecto, mientras que en la opción con proyecto se gana siete centavos.

La rentabilidad financiera expresada en el cálculo del ROE indica que por cada dólar existente en el patrimonio se genera nueve centavos de utilidad en la opción sin proyecto, mientras que en la opción con proyecto la utilidad que se genera es de diez centavos.

Financieramente se concluye que el proyecto es viable, pues con un aporte económico pequeño se logra un efecto mayor con una inversión de \$20.000 aproximadamente, un gasto operativo que estaría en una proporción similar a los \$20.000 se generaría un ingreso aproximado para la Empresa de \$800.000

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

CAPÍTULO VI

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Plásticos Ecuatorianos S.A., responde a través de su gestión empresarial a la nueva tendencia de un desarrollo social sostenible; sostenible en sus relaciones con sus colaboradores; sostenible en sus relaciones con los clientes, sostenibles con los proveedores y responsables con el medio ambiente.

Cuenta con la certificación en base a la norma ISO 9001:2008; sus productos no son elaborados con material de reciclaje, son fabricados con el sistema de Buenas Prácticas de Manufacturas y las normas HACCP.

6.1. BASE LEGAL

Plásticos Ecuatorianos S.A., es una empresa con capital y administración familiar con personería jurídica, vigente comercialmente en el país desde hace cuarenta y ocho años; que se dedica a la producción y comercialización de envases y contenedores plásticos con altos estándares de calidad, dirigidos al mercado industrial y de consumo masivo, a nivel local e internacional, aplicando un modelo de excelencia operativa y generando valor a nuestros accionistas, clientes, colaboradores y sociedad.

6.2. MEDIO AMBIENTE

Los productos descartables plásticos son utilizados para un fin único de corto plazo en uso y luego lo desechan, por ende los ecologistas y los no tan ecologistas han promocionado la incidencia nefasta de su uso continuo en el planeta; no obstante de lo anterior en la elaboración de estos productos la repercusión en el medio ambiente está supeditada al tipo de materia prima que se utiliza para su elaboración.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

En el caso de los productos que fabrica Plásticos Ecuatorianos S.A., están elaborados de polímeros sintéticos NO RECICLADOS, que una vez que son desechados pueden ser utilizados en las industrias cementeras como combustibles en reemplazo del carbón.

6.3. BENEFICIARIOS DIRECTOS E INDIRECTOS DE ACUERDO AL PLAN DEL BUEN VIVIR.

Plásticos Ecuatorianos S.A., independientemente de cualquier proyecto o propuesta comercial que se implemente maneja una Política de Calidad cuyos procedimientos están acordes a los objetivos gubernamentales del Plan de buen vivir para los habitantes ecuatorianos, como son:

- Garantiza el trabajo digno en todas sus formas:

La empresa no contrata menores de edad y propina a todos sus colaboradores condiciones contractuales legales, remuneraciones justas y condiciones ambientales propicias para el buen desempeño mental y físico de ellos.

- Impulsa la transformación de la matriz productiva:

Orienta la conformación de nuevos negocios, con nuevos productos con alta productividad y competitividad trabajando con certificaciones que avalan la gestión de sus procesos, abarcando el mercado nacional y países fronterizos.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

6.3.1. BENEFICIARIOS DIRECTOS

Los beneficiarios directos del proyecto son los clientes de los restaurantes de comidas rápidas como también las cafeterías en primera instancia; seguido por la empresa puesto que los primeros mencionados recibirán sus productos de manera rápida y completa bajo el desenvolvimiento de un personal calificado en servicio y post venta. La empresa tiene la posibilidad de ampliar su cuota de mercado con nuevos clientes; con esta posibilidad se generaría nuevos puestos de trabajo que realicen la cobertura del servicio.

6.3.2. BENEFICIARIOS INDIRECTOS

Los beneficiarios indirectos se presentan en medida que exista la concientización de la calidad de los productos que no afectan la calidad en olores y sabores de los alimentos que se embalan en su interior, lo cual hace de los mismos una excelente opción para los clientes del mercado objetivo al cual está dirigido este trabajo.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.4. Conclusiones

- La propuesta está dirigida a un mercado que lo constituye actualmente el abanico de clientes del distribuidor de los productos descartables plásticos, los mismos que pertenecen a la Industria Alimenticia de comidas rápidas y cafeterías.
- El mercado demandante necesita de un proveedor que le asista con una atención personalizada exclusiva que incluya la entrega-recepción de los productos solicitados a tiempo y en su cantidad precisa de acuerdo a los pedidos solicitados.
- Los productos en el mercado actualmente ocupan el 57% de cobertura a las demandas existentes por la calidad resistente de los productos, además porque son los menos nocivos para el consumo humano y su medio ambiente; porcentaje que se puede mantener y extender con la captación de nuevos clientes, sin que esto constituya un deterioro en la entrega-recepción puesto que los departamentos intervinientes en la gestión optimizarían sus procesos y recursos para satisfacer las necesidades.
- El plan estratégico de ventas y distribución de los productos, que se sustenta en establecer las relaciones comerciales sin un intermediario, como lo es actualmente el distribuidor; garantiza la vigencia de la marca por su cobertura rápida como por la atención a los clientes que ayudará a mantener estas cuentas claves como aumentar su cuota en el mercado.
- La propuesta es rentable para la empresa.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

6.5. Recomendaciones:

- Aplicar el proyecto porque generaría un incremento en los ingresos financieros de la compañía, y ampliaría la cuota en el mercado.
- Analizar los despachos de las rutas actuales de entrega, en aras de encajar las rutas de entrega de pedidos para los clientes de cuentas claves Food Services.
- Resaltar con los clientes de cuentas claves la utilización de productos con materia prima virgen.
- Evaluar sistemáticamente la satisfacción de la atención a los clientes de cuentas claves con el servicio implementado. De los resultados obtenidos se puede seguir aperturando mercado.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

BIBLIOGRAFÍA

- Buen Vivir, Plan Nacional 2013-2017, Secretaria Nacional de Desarrollo y Planificación, República del Ecuador-SEMPLEDES, 2013, Primera Edición.
- Marvin T. Brown, 1992, Estrategias para Promocionar Proyectos de Ventas, Paidós Empresa, Primera Edición.
- Inés Cavagnaro, 2007, La Redacción de una Propuesta Efectiva, Editorial albatros, Primera Edición.
- Barry, L., Bennet, C. y Brown, C. (1989) Calidad de Servicio, Madrid, Días de Santos.
- Roberto Hernández Sampieri, 2007, Metodología de la Investigación, editorial Mc GRAW HILL, Primera Edición.
- Porter, M. (1979). Ser competitivo. Barcelona: Deusto
- Mark Parkinson, 2003, Aplicación de la Psicología en los negocios, editorial McGRAW HILL, Primera Edición.
- Porter, M. (2010). Ventaja Competitiva (1era. Ed.) Madrid: Pirámide
- Roberto Carro Paz, 2005, LA INDUSTRIA ALIMENTICIA Y LAS NORMAS HACCP, EDITORIAL McGRAW HILL, Tercera Edición.
- Kotler, P. (2002). Dirección de Marketing Conceptos Esenciales (1era. Ed.). Prentice Hall
- Isabelle Filliozat, 2008, La Historia de la comida, Editorial Urbano, Primera Edición.

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

- Manuales de Políticas y Procedimientos, Códigos varios, Plásticos Ecuatorianos S.A. – Departamento de Recursos Humanos/Departamento de Desarrollo Organizacional y Procesos.
- Folleto Universidad Católica de Santiago de Guayaquil - Ingeniería en Administración de Ventas: Facultad de Especialidades Empresariales 2014. Módulos:
 - Orientación profesional
 - Dirección Estratégica de las Ventas
 - Formulación y Evaluación Financiera de Proyectos
- Zuani, R. (2003).Introducción a la Administración de Organizaciones (2da.Ed.). México: Maktub
- Arellano, R. (1994).Comportamiento del consumidor y Marketing (2da Ed). México: Harla
- Valores Corporativos Plásticos Ecuatorianos S.A.
<http://www.plasticosecuatorianos.com/corporativo/quienes-somos.html>
- Catalogo de Productos Plásticos Ecuatorianos S.A
<http://www.plasticosecuatorianos.com/Productos/productos.html>
- Establecimientos bajo la categoría de restaurantes y cafeterías en Guayaquil.
http://www.ecuadorencifras.com:8080/osticket_sp/view.php?id=14939
- La industria del plástico.
<http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/plasticos>

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Anexos

Instrumento de Investigación

CUESTIONARIO SATISFACCIÓN DE SERVICIO

FECHA:

Buenos días/tardes, mi nombre es _____ (nombre del entrevistador) y estoy haciendo un trabajo para mi tesis en la facultad de ciencias administrativas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Estamos contactando a las personas responsables de las compras en cadenas de restaurantes y cafeterías. Me gustaría contar con la opinión del encargado de este negocio/local.

Sección I- Datos del Negocio

Nombre comercial:

Razón social:

Tipo de negocio: Restaurante Cafetería

Franquicia: Si No

Cantidad de puntos de venta en Guayaquil:

Sección II- Imagen y posicionamiento

1.- ¿Qué artículos de plásticos descartables para alimentos y bebidas utilizan en el _____ (mencionar restaurante/cafetería)

Tarjetas	1.Primer mención
Platos	1
Contenedores	2
Reposteros	3
Vasos	4
Cubiertos	5
Sorbetes	6

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Productos Térmicos	7
Tarrinas	8
Bandejas	9
Otros	10

2.- ¿De las marcas que le voy a mencionar, actualmente cuál utilizan?

3.- ¿De las marcas que le mencione cuál no compraría/rechazo?

Marcas	2. Utilizan	Motivo	3. No comprarían rechazo	Motivo
ALEGRIA	1		1	
PLASTI-UTIL	2		2	
PLASTRO	3		3	
DARNEL	4		4	
PRAKTI	5		5	
FIESTA	6		6	
BOOP	7		7	
ECUAVASOS	8		8	
OTROS				

4.- ¿De acuerdo a su opinión, dígame que características considera importantes para el producto?

Características	Escala
Hermeticidad en tapado	
Que no altere el olor ni sabor de los alimentos	
Resistencia/rigidez producto	

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Variedad de tamaños/capacidad	
Diversidad de colores	
Resistencia a cambios de temperatura	

5.- ¿En qué lugar acostumbra comprar los artículos descartables? (mencionar)

Distribuidor autorizado Mayorista Fábrica
 Otro especifique _____

Sección III- Servicio del Proveedor

6.- ¿Con que frecuencia lo visita el vendedor?

Diario Semanal Quincenal Mensual Otro: _____

7.- ¿Con que frecuencia usted realiza los pedidos?

Diario Semanal Quincenal Mensual Otro: _____

8.- ¿El pedido le llega en la fecha acordada? Si No

9.- ¿En qué tiempo le entregan su pedido?

Siguiente día 2 días después Más de 2 días

10.- ¿El pedido llega completo? Si No

PARA LOS QUE NO LES LLEGA COMPLETO EL PEDIDO:

10.a. Del 100% del pedido que tanto falta para que este completo?

Falta _____ %

En qué tiempo le entregan este faltante? _____ días

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

11.- ¿Cómo calificaría el trato que le ofrece su vendedor?

Excelente Buena Mala

11.a. Por qué motivo opina así del servicio que le ofrecen? PROFUNDIZAR

Sección IV: Motivadores de compra

12.- ¿Su proveedor actual le ofrece promociones? Si contesta Si: ¿Qué promociones le ofrece?

13.- ¿Cómo realiza el pago de su compra?

Contado Crédito Plazo

14.- ¿Para terminar, dígame cuáles serían los factores - SIN CONSIDERAR EL PRECIO- que le motivarían a comprar otra marca?

MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Cotización de Hand Held



INGENIERIA ELECTRONICA Y DESARROLLO DE SOFTWARE
 Quito: Av. Amazonas N26-179 y Av. Graciana - Ed. Torre Alba PB Of. 06 Tlf: (02)2608822
 Guayaquil: Vía Daule Km 5 N. C.C. Big Outlet Local 41 Tlf: (04) 2004763
 RUC: 1793468170001

INGEMATIC Cía. Ltda.


info@ingelsoft.com
www.ingelsoft.com

Quito, 15 de Agosto del 2014

SEÑORES:

ATENCIÓN: SR. RICARDO MARIDUEÑA

En atención a su gentil solicitud nos es grato poner en su consideración la siguiente cotización:

Item	Descripción	Cant	Precio Unitario	Precio Total
1	MOT-TC55AHJC11EE, TC55 ANDROID JELLYBEAN ATT- HSPA+ 1D SCANNER 	1	\$ 1.880,50	\$ 1.880,50
2	SMARTPHONE PWRS-124306-01R, MOTOROLA, USB INTERNATIONAL POWER	1	\$ 19,50	\$ 19,50

Plan de negocio para el diseño de un nuevo canal de ventas en productos descartables para la empresa Plásticos Ecuatorianos S.A ubicado en la ciudad de Guayaquil.



INGEMATIC Cía. Ltda.

INGENIERIA ELECTRONICA Y DESARROLLO DE SOFTWARE
Quito: Av. Amazonas N26-179 y Av. Greltana – Ed. Torre Alba PB Of. 06 Tlf: (02)2608822
Guayaquil: Via Daule Km 5 ½ C.C. Big Outlet Local 41 Tlf:(04) 2004763
RUC: 1792498279001

INGELSOFT®

info@ingelssoft.com www.ingelssoft.com

NOTAS IMPORTANTES:

Los precios no incluyen IVA ni gastos de envío.

CONDICIONES COMERCIALES:

- Forma de Pago: Contado
- Tiempo de entrega: 2 a 3 semanas
- Garantía: 1 año contra defectos de fabricación en equipos
- Validez de la oferta: 15 días

En caso de requerir mayor información será un gusto atenderle.
Atentamente,

Sr. Dennis Cortés.
INGELSOFT, INGENIERÍA ELECTRONICA Y DESARROLLO DE SOFTWARE
Teléfonos: 02-2608822