



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

TITULO:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA INTRODUCIR UN NUEVO PRODUCTO E
INCREMENTAR LAS VENTAS DEL PRODUCTO BANDAS
TRANSPORTADORAS DE CARTON EN LA EMPRESA EUROTEx**

AUTOR:

MOSQUERA ZWIRNER CHRISTIAN ANDRES

TIPO DE TRABAJO DE TITULACION:

MODELO DE NEGOCIO

TUTOR:

Ec. Cornejo Robayo, Jazmín Angélica

Guayaquil, Ecuador

2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

CERTIFICACION

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Sr. **Christian Andrés Mosquera Zwirner**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniería en Administración de Ventas.

TUTOR

Ec. Jazmín Angélica Cornejo Robayo

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Guillermo Viteri Sandoval

Guayaquil, a los 17 días del mes de febrero del año 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

DECLARACION DE RESPONSABILIDAD

YO, CHRISTIAN ANDRES MOSQUERA ZWIRNER

DECLARO QUE:

El trabajo de Titulación **Plan de negocio para introducir un nuevo producto e incrementar las ventas del producto “Bandas trasportadoras para cartón ondulado”** en la empresa **EUROTEX** previo a la obtención del título de **Ingeniero 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 del Trabajo de Titulación, de tipo de **Modelo de Negocio** referido.

Guayaquil, a los 17 días del mes de febrero del año 2016

EL AUTOR

Christian Andrés Mosquera Zwirner



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

AUTORIZACION

YO, CHRISTIAN ANDRES MOSQUERA ZWIRNER

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 introducir un nuevo producto e incrementar las ventas del producto “Bandas trasportadoras para cartón ondulado” en la empresa EUROTEx** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 17 días del mes de febrero del año 2016

EL AUTOR

Christian Mosquera Zwirner

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios en primer lugar por darme la oportunidad de ayudarme a culminar con éxito una meta trazada en mi vida personal, así como profesional. Gracias a la fuerza, ganas y perseverancia que él me transmitió para seguir en la lucha y al día de hoy permitirme culminar con bendiciones y satisfacción.

Así también a la carrera de Administración de Ingeniería en Ventas por brindarme el apoyo y conocimiento para lograr culminar con éxitos este proceso de titulación.

Muy agradecido con mi tutora de proyecto Ec. Jazmín Cornejo y mi madrina Sonia Collin quienes fueron fundamental para culminar este proyecto.

Y por supuesto eternamente agradecido con mi familia y mi esposa, mis fortalezas.

DEDICATORIA

Va dedicado con mucho amor y esfuerzo para toda mi familia, para mi abuelo Jürgen Zwirner quien ha sido la inspiración y el empuje para poder culminar esta importante meta, para mi madre Letty Zwirner, mi esposa María Teresa, mis hermanos y mi padre.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

CALIFICACION

TUTOR:

Ec. Jazmín Cornejo Robayo

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACION	ii
DECLARACION DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACION.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA	vi
CALIFICACION	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
RESUMEN	xiv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	xviii
DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO.....	xxi
JUSTIFICACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO.....	xxiii
OBJETIVO DEL PLAN DE NEGOCIO	xxiv
CAPITULO I: SEGMENTACIÓN	1
1.1. MERCADO META	1
1.2. MACRO – SEGMENTACIÓN	1
1.3. MICRO - SEGMENTACIÓN.....	2
1.4. PERFIL DEL CONSUMIDOR	3
CAPITULO II: INVESTIGACION DE MERCADO.....	5
2.1. ANÁLISIS PESTA.....	5
2.2. Análisis Porter	7
2.3. Población y Muestra	9
2.4. Selección del tamaño de la muestra.....	10
2.5. Presentación de los resultados.....	11
2.6. Objetivos de la encuesta.....	12
2.7. Análisis e interpretación de resultados de la encuesta.....	13
CAPITULO III. EL PRODUCTO O SERVICIO	30
3.1. Descripción de los servicios a ofrecer	31
3.2. Características del Producto	32

3.3. Cadena de Valor	35
3.4. Análisis FODA.....	39
3.5. Estrategias de mercadeo CAME	41
CAPITULO IV: PLANES ESTRATÉGICOS.....	42
4.1. Plan de Venta.....	42
4.2. RELACIÓN CON LA MERCADOTECNIA	46
CAPITULO V ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO	53
5.1. Determinación de la inversión inicial.	53
5.2. Fuentes de Financiamiento	53
5.3. Presupuesto de Ingresos y Gastos	54
5.4. Presupuestos de Gastos	56
5.5. Factibilidad Financiera	57
CAPÍTULO VI: RESPONSABILIDAD SOCIAL	59
6.1. Base Legal	59
6.2. Medio Ambiente.	61
6.3. Beneficiarios Directos e Indirectos del Plan del Buen Vivir.	62
CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES.....	63
ANEXOS.....	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 Macro Segmentación.....	1
Tabla No. 2 Micro-segmentación	2
Tabla No. 3 Micro-segmentación	2
Tabla No. 4 Micro-segmentación	2
Tabla No. 5 Micro-segmentación	2
Tabla No. 6 Socioeconómica	3
Tabla No. 7 Fortalezas de la competencia.....	8
Tabla No. 8 Cartoneras a nivel nacional	10
Tabla No. 9 Marca actual de Bandas.....	14
Tabla No. 10 Banda de material fieltro.....	14
Tabla No. 11 Millones de m. lineales que corren anual	15
Tabla No. 12 Proveedor con representante local.....	16
Tabla No. 13 Frecuencia de visitas.....	17
Tabla No. 14 Capacitaciones del proveedor	17
Tabla No. 15 Satisfacción del servicio post venta.....	18
Tabla No.16 Millones de m lineales que rinden las bandas	19
Tabla No.17 Satisfacción con el rendimiento de las bandas.....	20
Tabla No. 18 Términos de pago del proveedor.....	21
Tabla No. 19 Stock de bandas y marca	21
Tabla No. 20 Tiempo de producción del proveedor	22
Tabla No. 21 Durabilidad de bandas en base a millones de m.....	23
Tabla No. 22 Tipos de garantía que ofrece el proveedor	24
Tabla No. 23 La mayor influencia para decisión de compra	25
Tabla No. 24 Rango de precios de bandas.....	26
Tabla No. 25 Apertura en cambiar de proveedor.....	27
Tabla No. 26 Apertura para invertir en bandas de calidad superior	28
Tabla No. 27 Plan de visitas Eurotex	38
Tabla No. 29 CAME	41
Tabla No. 30 Publicidad Revista Banana Export	50
Tabla No. 31 Presupuesto Materiales POP	51
Tabla No. 32 Presupuesto ACCCSA	52
Tabla No. 33 Presupuesto Foro Internacional del Banano	52

Tabla No. 34 Total Gastos Publicitarios Eurotex.....	52
Tabla No. 36 inversión Total Publicitaria anual (5 años).....	53
Tabla No. 37 Categorización de precios por tipo de clientes	55
Tabla No. 38 Proyección de ventas anuales de Eurotex (Unidades).....	55
Tabla No. 39 Proyección ventas anuales de Eurotex (Dólares).....	55
Tabla No. 40 Gastos Administrativos mensuales de Eurotex	56
Tabla No. 41 Gastos Administrativos anual de Eurotex.....	57
Tabla No. 42 Flujo de Caja del Proyecto	58

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1 Cartón Antiguo de Coca cola	xviii
Gráfico No. 2 Producción de banano 2013	xix
Gráfico No. 3 Lineas Eurotex	xxii
Gráfico No. 4 Cartonera Ecuatoriana (PANASA)	4
Gráfico No. 5 Cartonera Ecuatoriana (PROCARSA)	4
Gráfico No. 6 Análisis PESTA	5
Gráfico No. 7 Marca actual de bandas	14
Gráfico No. 8 Banda de material fieltro	15
Gráfico No. 9 Millones de m lineales x planta anual	16
Gráfico No. 10 Proveedor con representante local	16
Gráfico No. 11 Frecuencia de visitas del proveedor	17
Gráfico No.12 Capacitaciones ofrecidas por parte del proveedor	18
Gráfico No. 13 Satisfacción del servicio post venta	18
Gráfico No. 14 Millones de m lineales que rinden las bandas	19
Gráfico No.15 Satisfacción con el rendimiento de las bandas	20
Gráfico No. 16 Términos de pago que ofrece actual proveedor	21
Gráfico No. 17 Stock de bandas y marca	22
Gráfico No. 18 Tiempo de producción del proveedor	23
Gráfico No. 19 Durabilidad de bandas en base a millones de M	24
Gráfico No. 20 Tipos de garantía que ofrece el proveedor	25
Gráfico No. 21 La mayor influencia para tomar decisión de compra	26
Gráfico No. 22 Rango de precios de bandas	27
Gráfico No. 23 Apertura en cambiar de proveedor	27
Gráfico No. 24 Apertura de inversión por una banda de calidad superior....	28
Gráfico No. 25 Confección Banda MS	31
Gráfico No. 26 Montaje	32
Gráfico No. 27 Innovación de la banda	34
Gráficos No. 28 Implantación del corrugador según función de la banda....	34
Gráfico No. 29 Función de la Banda	35
Gráfico No. 30 Cadena de Valor	36
Gráfico No. 31 Servicio Post Venta	37
Gráfico No. 32 Asistencia Técnica	37

Grafico No. 33 BANDA AQUA PULL AE.....	46
Grafico No. 34 Muestra del Tejido de la banda.....	47
Grafico No. 35 Logo Mühlen Sohn.....	47
Grafico No. 36 Logo Eurotex	48
Grafico No. 37 Oficina EUROTEx	49
Grafico No. 38 Fabrica de Mühlen Sohn.....	49
Grafico No. 39 Revista Banana Export	50
Grafico No. 40 Materiales POP.....	51
Grafico No. 41 Stand Mühlen Sohn ACCCSA	52

RESUMEN

El presente plan de negocios detalla la introducción del nuevo producto Bandas Transportadoras de Cartón del fabricante Mühlen Sohn dedicada a industria cartonera a través de la empresa Eurotex quien es el representante exclusivo en Ecuador encargado de generar las ventas en el mercado ecuatoriano.

Desde el 2014 Eurotex no logra vender una banda por lo cual se realizará el presente plan de negocio para buscar estrategias que logren la forma más indicada de introducir el nuevo tipo de banda AQUA PULL AE y lograr incrementar las ventas en la empresa para captar el mercado total.

La segmentación del mercado determinó como mercado meta las cartoneras ecuatorianas que tenga un volumen de producción de por lo menos 20,000 millones de metros lineales anuales las cuales son un total de 10 plantas a excepción de una planta que no utiliza este tipo de productos por tener una maquinaria con diferente sistema por lo que da un total de 9 plantas a nivel nacional.

La investigación de mercado señalo condiciones de mercado favorables porque la exportación de cajas de banano han aumentado durante los últimos años lo cual es un indicador de que la producción de cajas se incrementa, lo cual significa que cada planta cartonera necesitara de una banda con mayor durabilidad.

En el capítulo del producto y servicio se estableció las características diferenciadoras de cada uno de los productos ofrecidos, como las fortalezas del producto nuevo y las debilidades de la competencia activa.

Se estableció fortalecer el servicio técnico ofreciendo atención local evitando que el cliente tenga que esperar más tiempo para que un técnico del exterior pueda asistir al igual que el cliente tendrá un ahorro, pues la mano de obra y otros viáticos tienen un costo menor que al de un extranjero, esto será importante para reactivar el mercado y generar ventas, además de un plan para ajustar precios a las empresas que tienen más de una planta cartonera.

El estudio de factibilidad del plan de negocio definió una inversión total de US\$9469,80 en lo que equipo técnico y plan publicitario durante el primer año, los cuatro años restantes será una inversión de US\$4.469,80 en publicidad y participaciones a eventos donde estará presente Mühlen Sohn. Esta inversión será un importante aporte para mejorar el servicio técnico e introducir al mercado el nuevo producto Mühlen Sohn con participación a destacados eventos, logrando obtener solo en el primer año un crecimiento del 64% y teniendo una meta de venta por lograr a 5 años de un total US\$330.977,50 representado en comisiones e ingresos a Eurotex de US\$66.195,50.

En el capítulo de responsabilidad social se indicó la responsabilidad del buen vivir destacando que las plantas cartoneras ofrecen empleo a miles de obreros brindando oportunidad de capacitarse constantemente aumentando el intelecto en el área tecnológica, organizacional y de gestión haciendo que las familias sean las beneficiadas en lograr estabilidad que conlleva a la paz y felicidad.

ABSTRACT

This business plan details the introduction of the new cardboard conveyor Mühlen Sohn, company exclusively represented in Ecuador by Eurotex and focused on cardboard manufacture in order to generate all the sales in Ecuadorian market.

Due to since 2014 Ecuador has not been able to introduce and sale conveyors, this plan is aimed to search for strategies to achieve the most accurate way to introduce the new AQUA PULL AE conveyor and to increase the company sales to capture the total market.

Market segmentation state as target Ecuadorian cardboard industry with a yearly volumen of at least 20,000 lineal meters which they are a total of 10 plants, except one that does not use this kind of product because it has a machinery with a different system, which means that at national level there are only 9.

The research established favorable market conditions as a result on the increase, in the last years, of banana boxes exportation which indicates that cardboard production will raise, so that each cardboard plant will require a band with a higher durability.

In the product and service chapter the differentiating characteristics of each of the offered products were established, such as new product strengths and actual competition weakness.

It was established to fortify the technical service offering local assistance so that the customer will not have to wait too much time until for external assistance which also means money saving for the customer, as the local hand work and allowance are lower, important matters to reactivate the market and generate sales, furthermore there is a plan to adjust prices to the companies that own more than one cardboard plant.

The business plan factibility study defined for technical equipment and advertising plan a total investment of US\$9469,80 for the first year, for the next four years the investment in advertising and events with the presence of

Mühlen Sohn will be of US\$4,469.80. This investment will be an important support to improve technical service and to introduce the new Mühlen Sohn product in the market, expecting only in the first year a growth of 64% and a 5 year sales goal of US\$330.977,50 which will represent to Eurotex an income and commissions of US\$66,195.50.

In the social responsibility chapter, the good living was indicated pointing out that the cardboard plants provide employment for thousands of workers, provide opportunities to constantly trained increasing the intellect in technology, organizational and management area causing benefits for the families achieve stability that leads to peace and happiness.

INTRODUCCIÓN

Mucho tiempo ha pasado desde que se utilizan cajas de cartones, el origen del cartón en China allá por el siglo XVI, pero realmente es a partir de 1890 que se comienza a utilizarse el cartón como cajas, Robert Gair fue quien inventó la primera caja de cartón, poco a poco fue haciéndose más popular y grandes empresas como la COCA COLA utilizaban cajas de cartón para transportar sus productos como lo vemos en el gráfico No. 1.

Gráfico No. 1 Cartón Antiguo de Coca cola



Fuente: Kartox

El cartón ondulado es uno de los envases y embalajes más utilizados en el mundo para almacenar, exponer, transportar y vender productos de consumo, con la evolución de la industria el cartón se fue convirtiendo en un material resistente y de mayor calidad y por ellos las cajas de cartón reemplazaron a las cajas de madera que eran utilizadas hasta aquel entonces. Además de ser más económico se podía lograr hacer a la medida del producto a ofrecer ocupando menor espacio y haciéndolo reciclar posteriormente.

Hoy en día el Ecuador es uno de los principales países en producir y exportar banano en volúmenes a nivel mundial, fruta que se exporta mucho a nivel mundial y precisamente se las transporta en cajas de cartón. Según la revista el Agro Ecuador es el primer exportador de banano y el cuarto productor de la fruta a nivel internacional por lo cual la demanda en cajas de cartón es de

igual proporción (*Revista El Agro, Exportación de Banano, marzo 28 de 2014*).

Gráfico No. 2 Producción de banano 2013



Fuente: Revista El Agro

En la actualidad en Ecuador existen varias fábricas cartoneras muy importantes, pioneras en la elaboración de cajas de cartón tales como INCARPALM, ESURSA, ONDUTEC, CARTOPEL, PANASA, PROCARSA, ICE, CRANSA, CARTORAMA, GRUPASA. Estas fábricas son las encargadas de ofrecer al exportador o productor la caja terminada con su respectivo logo, pues indudablemente la presencia, imagen y calidad del empaque genera la venta de este producto.

Un implemento muy importante para la elaboración de la caja de cartón son las Bandas Transportadoras para cartón ondulado, a nivel mundial son muy pocos los competidores de este producto, sin embargo, para el mercado ecuatoriano la demanda de este producto es muy alto por lo cual la competencia cada vez es mayor.

La empresa EUROTTEX ubicada en la ciudad de Guayaquil, se dedica a las representaciones comerciales desde 1968, lleva más de 50 años en el mercado de las representaciones incorporando poco a poco varias líneas iniciándose en la industria textil, representando a proveedores del exterior que proveían máquinas para cocer, agujas y telas. A medida que la empresa fue creciendo, las líneas representadas cada vez se incrementaban, hoy por hoy una gama de líneas tanto industrial, ferretera, y automotriz han permitido a EUROTTEX abarcar varios campos en el mercado.

A lo largo de esta larga trayectoria EUROTEx se ha caracterizado por mantener un gran compromiso con sus clientes, destacando el servicio, y calidad de productos que representa, ofreciendo un servicio directo y personalizado lo que ha hecho estrechar de manera importante la relación tanto con los clientes y representados y lo que lo ha diferenciado.

La empresa EUROTEx cuenta con la representación de línea Mühlen Sohn de Alemania quien fabrica las bandas para el cartón Ondulado que se utiliza en la industria cartonera para transportar el cartón dentro del corrugador cumpliendo con la función de transportar y absorber la humedad que el papel transmite al momento de producir el cartón.

EUROTEx quien antes con su producto de Mühlen Sohn dominaba con aproximadamente un 50% el mercado de bandas, ahora se ve afectado su participación en el mercado debido a la alta competitividad que existe, uno de los factores más relevantes es que la competencia maneja precios más económicos y a esto se suma la situación política – económica que el país ha atravesado en los últimos años, lo que hace que de una u otra manera los clientes se vean influenciados por buscar un producto de menor costo, son varios factores que se analizarán dentro de este proyecto, tales como precio, innovación, calidad, servicio.

La línea Mühlen Sohn es líder a nivel mundial, incluso maquinas corrugadoras de muy alta calidad como lo es BHS (Proveedor de máquinas corrugadoras) comercializan las corrugadoras con bandas y productos Mühlen Sohn, pues esa carta de presentación es muy importante a nivel cartonero, sin embargo, la competencia sigue manteniendo su participación en el mercado debido al nivel de precio que manejan como ya se mencionó anteriormente.

Ante la disminución de participación en el mercado Ecuatoriano, Eurotex a través de la representación Mühlen Sohn tiene como fin realizar este proyecto el cual se enfocará en estrategias para lograr recuperar el mercado a través de un producto nuevo que ofrece mejor calidad, mayor rendimiento con una innovación en el material acompañado de un servicio integral que es lo que lo diferenciará a EUROTEx de la competencia, además de mantener a los actuales clientes ofreciendo un producto altamente mejorado.

Para el desarrollo de este proyecto se estructurará los capítulos de la siguiente manera:

Dentro del capítulo I, se segmentará el mercado para encontrar el mercado meta y analizar el perfil del consumidor que serían las fábricas de cartón.

En el capítulo II, se realizará la investigación de mercado por medio del análisis externo PESTA y las 5 fuerzas de PORTER que dará como resultado cual es el impacto perceptible del plan de negocio en el mercado de las fábricas de cartón.

En el capítulo III, se elaborará el FODA al proveedor MUHLEN SOHN para implementar y mejorar las herramientas para ofrecer un mejor servicio integral.

El capítulo IV, se enfocarán los planes estratégicos para introducir el producto por medio del plan de marketing y plan de ventas.

En el capítulo V, se estudia la factibilidad del plan de negocios, la inversión y la rentabilidad de la propuesta.

En el capítulo VI, se enfocará la propuesta.

DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO

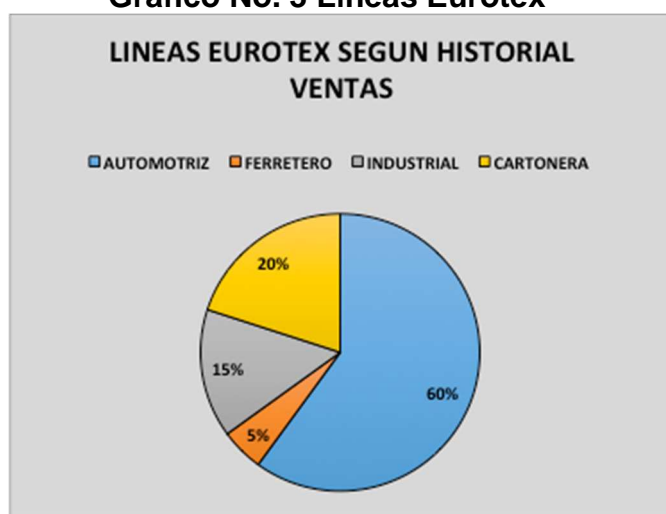
La empresa EUROTEx cuenta con la representación en el Ecuador de la línea Mühlen Sohn de origen Alemán desde el año 2001, Mühlen Sohn fabrica el producto Bandas de cartón Ondulado la cual es utilizada en la industria cartonera para transportar el cartón y absorber la humedad que el papel transmite al momento de producir el cartón, de la cual actualmente se vende a las empresas Ecuatorianas ICE ubicada al sur Guayaquil y CRANSA ubicada al sur de Quito generando una participación del mercado tan solo el 20%.

EUROTEx ha comercializado las bandas de cartón ondulado desde hace 15 años siendo los representantes exclusivos en el mercado ecuatoriano, en las

cuales con amplia trayectoria ha ido captando la mayor parte del mercado de la industria cartonera.

La línea Mühlen Sohn representa para EUROTEx un 20% del total de sus ventas, pues la línea automotriz es sin duda el principal rubro de EUROTEx con un 60%. Sin embargo, para EUROTEx la línea de Mühlen Sohn es aún muy importante por ser una línea líder a nivel internacional de muy alta calidad.

Gráfico No. 3 Líneas Eurotex



Fuente: EUROTEx CIA.LTDA

Elaborado por: Christian Mosquera Z

El convenio que mantiene EUROTEx con MUHLEN SOHN especifica que EUROTEx será el representante comercial encargado de generar las ventas en el mercado ecuatoriano siendo retribuido con una comisión del 20% por el total de cada venta FOB, Eurotex no mantendrá el producto en stock, es el cliente final quien se encargará de importar este producto al Ecuador, como funciona en los demás países que opera Mühlen Sohn.

En los últimos años EUROTEx ha visto decaer las ventas en la línea Mühlen Sohn en aproximadamente un 80%, la competencia ha ido ganando terreno implementando varias estrategias agresivas de ventas disminuyendo los precios en sus productos, lo cual ha hecho con el tiempo que Eurotex pierda mercado significativamente, es por eso que se realiza este presente proyecto para lograr alcanzar la participación del 100% del mercado, representado en ventas bruta US\$330.977,50 solo en el rubro de bandas, considerado en comisiones para EUROTEx un 20% del total mencionado, que da una

ganancia de US\$66.195,50 aproximadamente anuales dato variable ya que dependerá mucho del comportamiento de cada cartonera, respecto al cuidado y mantenimiento que emplean en su fábrica, de la velocidad que regularmente corren y del volumen de producción que trabajan, esto se verá reflejado en la vida útil de este producto.

En lo general Mühlen ofrece una garantía de rendimiento de 55 millones de durabilidad de la lona, el termino millones se usa en las cartoneras para medir su nivel de producción, cada cartonera tiene su propia meta de producción, hay algunas que trabajan a un solo turno, otras doble turno y algunas las 24 horas, por lo que la producción de esta última va ser de mayor trabajo para las bandas por lo que requieren un producto de alta calidad y de mayor rendimiento lo cual Mühlen Sohn lo ofrecerá a través de su banda AQUA PULL AE por intermedio del representante local EUROTEx.

JUSTIFICACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO

La empresa EUROTEx cuenta con la representación Mühlen Sohn de Alemania con su producto bandas de cartón ondulado siendo uno de los líderes mundiales de fabricación de este producto, con una participación muy alta en los países de Latinoamérica, Asia y Europa.

El presente proyecto se justifica al no encontrar en los competidores un producto de igual calidad, que brinde el rendimiento que las bandas Mühlen Sohn ofrece. No se ha realizado un plan estratégico enfocado en el crecimiento de las ventas de esta línea en la empresa Eurotex debido a que se ha dado prioridad a otras líneas como por ejemplo del sector automotriz, dando como resultado un descuido de este importante sector industrial. Además, se analiza como una principal problemática que la competencia ha logrado producir un similar producto al de Mühlen Sohn, pero ofreciendo mejores precios, de esta forma se ha venido perdiendo mercado.

Por lo cual el presente proyecto se enfocará en hacer conocer el nuevo producto de Mühlen Sohn, el valor agregado que brindan las nuevas bandas Mühlen Sohn por su alto rendimiento en las corrugadoras, lo que no sólo

brindará al cliente una mayor productividad sino que podrá lograr una sustancial reducción de desperdicio y reducción de energía protegiendo de esta manera el medio ambiente; obtendrá una excelente absorción de humedad logrando un mejor pegado y calidad del producto terminado lo que ampliará más oportunidades de abrir mercados internacionales beneficiando así la exportación lo que impactará directamente en las ganancias no sólo del fabricante sino del exportador y por ende también mejorará el posicionamiento de Ecuador como exportador confiable y de calidad al ofrecer no solo excelentes frutas si no también cajas de alta calidad.

OBJETIVO DEL PLAN DE NEGOCIO

OBJETIVO GENERAL

El principal objetivo del plan de negocios es incrementar las ventas en EUROTEx a través de la línea MÜEHLLEN SOHN con su producto de banda de cartón ondulado AQUA PULL AE durante el año 2016-2017.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Mantener las ventas de las bandas en las fábricas en las que ya tiene participación.
- Lograr ventas en las fábricas que aún no hay participación.
- Captar o recuperar clientes pasados.
- Determinar qué características diferenciales tendrá el servicio previo a un estudio FODA en la empresa.
- Formular y aplicar estrategias que permitan mejorar la venta.

CAPITULO I: SEGMENTACIÓN

1.1. MERCADO META

El mercado meta a quien va dirigido este proyecto, son todas las plantas corrugadoras de papel a nivel nacional que manejen una importante capacidad de producción. Fábricas dedicadas a convertir el papel craft en cajas de cartón de diversos tamaños, con impresión tanto post como pre-print (impresión previa la corrugación o posterior a la corrugación).

1.2. MACRO – SEGMENTACIÓN

En este análisis se deberá responder a tres preguntas siguientes que permitirán definir el mercado de referencia desde la óptica del consumidor:

a) Consumidores: Responde a la pregunta ¿A quién queremos satisfacer?

b) Necesidades y Funciones: Responde a la pregunta ¿Qué necesidades satisfacer?

c) Tecnología: Responde a la pregunta ¿Cómo satisfacer estas necesidades?

Con estas respuestas se identificarán las variables de la macro segmentación.

Tabla No. 1 Macro Segmentación

TECNOLOGIA	FUNCIONES Y NECESIDADES	CONSUMIDORES
Telares de alta calidad Materia prima algodón y aramida Elevado y homogéneo gramaje	Dimensiones a medida según especificación de máquina Montaje del producto Servicio de grapación Mantenimiento y Asesoría	Fábricas de cartón corrugado

Elaborado por: Christian Mosquera Z

Se han identificado tres tecnologías, cuatro funciones y necesidades y un consumidor. Eurotex cumple con todas las tecnologías necesarias para cubrir las funciones y necesidades requeridas por los consumidores.

1.3. MICRO - SEGMENTACIÓN

La micro-segmentación se realiza por áreas del mercado investigadas que están enfocadas en el campo de la corrugación de papel, ya sea este craft o blanco y a quienes cuentan con máquinas corrugadoras.

Las variables de la segmentación para definir el perfil del consumidor son:

Tabla No. 2 Micro-segmentación

GEOGRAFICAS	DATOS	NUMERO DE CLIENTES
PAIS	ECUADOR	
REGION	COSTA	
PROVINCIA	GUAYAS	CINCO
CIUDAD	GUAYAQUIL	

Elaborado por: Christian Mosquera Z

Tabla No. 3 Micro-segmentación

GEOGRAFICAS	DATOS	NUMERO DE CLIENTES
PAIS	ECUADOR	
REGION	COSTA	
PROVINCIA	EL ORO	DOS
CIUDAD	MACHALA	

Elaborado por: Christian Mosquera Z

Tabla No. 4 Micro-segmentación

GEOGRAFICAS	DATOS	NUMERO DE CLIENTES
PAIS	ECUADOR	
REGION	SIERRA	
PROVINCIA	PICHINCHA	UNO
CIUDAD	QUITO	

Elaborado por: Christian Mosquera Z

Tabla No. 5 Micro-segmentación

GEOGRAFICAS	DATOS	NUMERO DE CLIENTES
PAIS	ECUADOR	
REGION	SIERRA	
PROVINCIA	AZUAY	UNO
CIUDAD	CUENCA	

Elaborado por: Christian Mosquera Z

Tabla No. 6 Socioeconómica

SOCIOECONÓMICA	DATOS
INGRESO	POR CONTRATOS A CORTO O LAGO PLAZO POR UNIDADES DE CAJAS
INSTRUCCIÓN	GERENCIALES: TERCER Y CUARTO NIVEL OPERADORES: SEGUNDO NIVEL
OCUPACIÓN	INGENIEROS INDUSTRIALES, MECÁNICOS, OPERADORES

Elaborado por: Christian Mosquera Z

1.4. PERFIL DEL CONSUMIDOR

En base a las variables antes anotadas, el perfil del consumidor corresponde a empresas dedicadas a la conversión, impresión y procesos varios del papel, comenzando desde la bobina madre hasta lograr una caja terminada con o sin cubierta, con o sin impresión, para uso local o para embalaje de diferentes productos de exportación del país.

Siendo la calidad de las cajas de gran importancia para la conservación de los productos frescos de exportación, es imprescindible contar con una materia prima que pueda garantizar el buen pegado, la poca pérdida de humedad y resistencia a soportar largas travesías sean marítimas o aéreas.

Las bandas Mühlen Sohn se ofrecen para cumplir con todas estas exigencias, siendo su objetivo que el consumidor directo de este producto logre alcanzar la excelencia de su producto y el consumidor final obtenga los mayores beneficios al recibir el producto en un apropiado empaque.

Gráfico No. 4 Cartonera Ecuatoriana (PANASA)



Elaborado por: Christian Mosquera Z.

Gráfico No. 5 Cartonera Ecuatoriana (PROCARSA)



Elaborado por: Christian Mosquera Z.

CAPITULO II: INVESTIGACION DE MERCADO

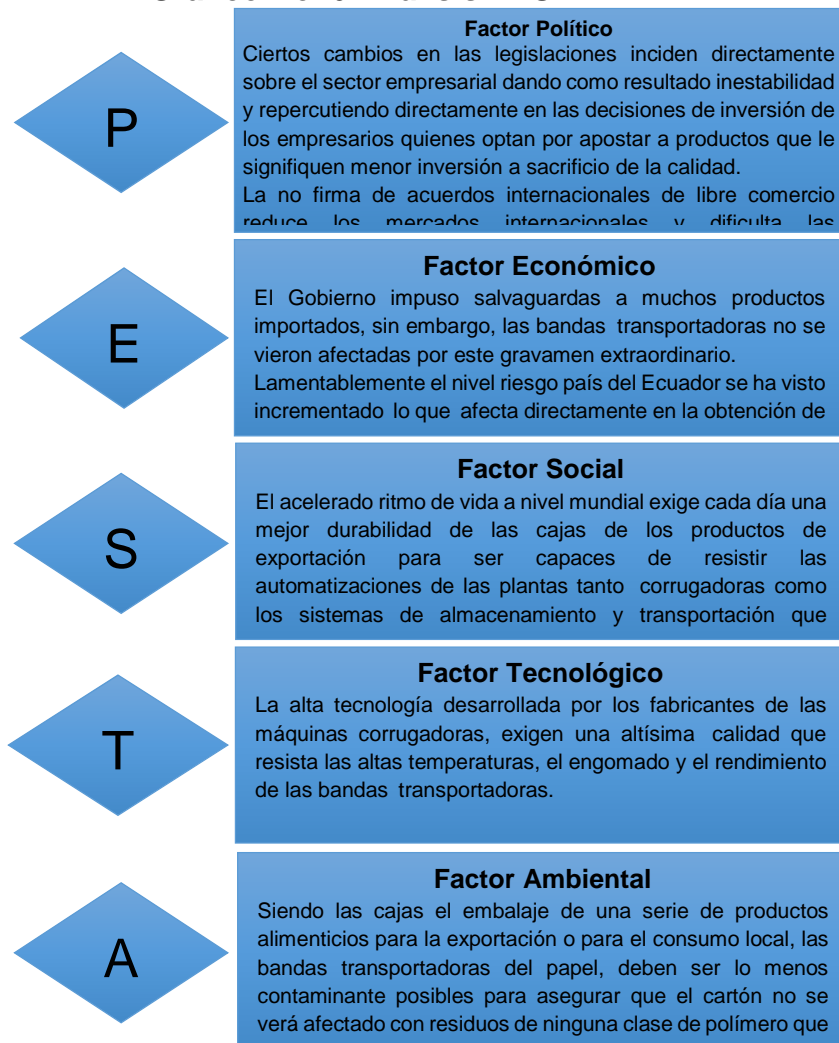
2.1. ANÁLISIS PESTA

Para analizar el macro-entorno en el cual se ofrecerá un producto específico, es indispensable analizar las variables que pueden influir en la oferta y la demanda del mismo.

El Análisis PESTA es una de las herramientas que permitirá identificar y clasificar los diferentes factores que podrían estar involucrados.

PESTA es un acrónimo y sus siglas se relacionan con los factores: Político, Económico, Social, Tecnológico y Ambiental.

Grafico No. 6 Análisis PESTA



Elaborado por: Christian Mosquera Z

- **Factor Político**

Ciertos cambios en las legislaciones inciden directamente sobre el sector empresarial dando como resultado inestabilidad y repercutiendo directamente en las decisiones de inversión de los empresarios quienes optan por apostar a productos que le signifiquen menor inversión a sacrificio de la calidad.

Actualmente la firma de acuerdo comercial entre Ecuador y UE podría significar un aumento en las exportaciones de frutas específicamente el, Banano. Según lo indicado por el Ministro de Comercio Exterior, Francisco Rivadeneira, cito textualmente *“Después de casi cuatro años de trabajo, finalmente hemos cerrado un acuerdo equilibrado con la Unión Europea, que potencia al máximo las oportunidades, reduce a su mínima expresión los costos, respeta el modelo de desarrollo del país y permite proteger a nuestros sectores sensibles. He cumplido con mi conciencia y mis principios”*. **(Revista El Agro, Exportación de banano ecuatoriano se incrementará 5%, Julio 2015)**.

- **Factor Económico**

El Gobierno impuso salvaguardas a muchos productos importados, sin embargo, las bandas transportadoras no se vieron afectadas por este gravamen extraordinario.

Lamentablemente el nivel riesgo país del Ecuador se ha visto incrementado lo que afecta directamente en la obtención de créditos directos con los proveedores internacionales.

- **Factor Social**

El acelerado ritmo de vida a nivel mundial exige cada día una mejor durabilidad de las cajas de los productos de exportación para ser capaces de resistir las automatizaciones de las plantas tanto corrugadoras como los sistemas de almacenamiento y transportación que puedan garantizar la óptima calidad del producto hasta que el mismo llegue a su consumidor final.

- **Factor Tecnológico**

La alta tecnología desarrollada por los fabricantes de las máquinas corrugadoras, exigen una altísima calidad que resista las altas temperaturas, el engomado y el rendimiento de las bandas transportadoras.

- **Factor Ambiental**

Siendo las cajas el embalaje de una serie de productos alimenticios para la exportación o para el consumo local, las bandas transportadoras del papel, deben ser lo menos contaminante posibles para asegurar que el cartón no se verá afectado con residuos de ninguna clase de polímero que pudiera afectar al medio ambiente o la salud del consumidor.

2.2. Análisis Porter

El análisis de las cinco fuerzas de Porter permitirá examinar el medio competitivo para así poder determinar la rentabilidad de una empresa analizando la industria en la cual se participará, de esta manera se podrá reconocer cuáles serán las principales barreras de entradas para poder ingresar con la mejor estrategia en este plan de negocios.

Se empleará esta técnica para analizar al sector de la industria cartonera específicamente con el producto bandas transportadoras de cartón.

- **Rivalidad entre competidores.**

Actualmente el mercado de los proveedores de bandas transportadoras de cartón es muy competitivo, a pesar de que hay pocos fabricantes participantes en este negocio hay una importante competitividad sobre todo por precios dejando a un lado el rendimiento, calidad y servicios, lo cual al final va a determinar su verdadero valor.

Una de las fortalezas de la competencia Albany es el nivel de precios que ofrecen al mercado, despacho ágil por estar ubicados en los Estados Unidos

y una de las debilidades es el tipo de material con que es fabricado la banda transportadora, ALBANY utiliza fieltro lo cual hace que la absorción a la humedad sea más lenta que la de una banda tejida.

**Tabla No. 7 Fortalezas de la competencia
Elaborado por: Christian Mosquera Z**

<u>ALBANY</u>	<u>MARONI</u>
Precios de productos más económicos	Precios más bajos
Tiempo entrega más corto	Créditos hasta 90 días.
Garantía mediante la devolución de un descuento porcentual a través de una carta de crédito en caso de no lograr los millones garantizados.	Cumplimiento con los millones garantizados por ellos mismos.
Presencia en ACCCSA.	Representante Local.

- **El Poder de Negociación de los Clientes**

Con el afán de lograr mejora en los precios, los clientes siempre presionan para conseguir descuentos utilizando para ello las proformas que reciben de la competencia. Hay clientes que incluso ponen sobre la mesa las ofertas de la competencia y tratan que se igualen no sólo los precios sino las condiciones de venta a pesar de conocer la diferencia en calidad. MUEHLEN SOHN les ofrece un pequeño descuento cuando el pedido es pre pagado con anticipación

- **El Poder de Negociación de los Proveedores**

El poder de negociación de este tipo de producto no es muy alto. Los bajos precios de la competencia dificultan negociar precios reales y justos para el proveedor.

- **Productos Sustitutivos**

Las bandas transportadoras son elementales e indispensables en los sistemas de corrugado porque las máquinas están diseñadas para funcionar con ese sistema. Sin embargo, en el país existe un solo cliente que tiene una máquina que funciona con un sistema de absorción. Es decir, el papel

mediante el sistema de absorción es sujetado a los carriles transportadores. Ese diseño de máquina no es usual y muy pocos clientes a nivel mundial lo utilizan.

Por lo tanto, realmente no existen productos sustitutivos para las bandas.

- **Amenaza de Nuevos Entrantes:**

La amenaza de nuevos entrantes se refiere a la posibilidad de que en el mismo sector en donde existen empresas que ofrecen un determinado producto ya sea con iguales o similares beneficios de la oportunidad para que ingresen otras empresas haciendo una competencia aun mayor, lo cual se reflejará en la poca participación del mercado a corto, mediano o largo plazo.

- **Diferenciación del Producto:**

Muchos son los competidores que con el tiempo han visto la manera de poder introducir con mayor fuerza su producto en este mercado, se han visto forzados a crear estrategias para diferenciarse generalmente en precios, sin embargo, la marca Mühlen Sohn está catalogada como una línea de alta calidad, pero eso no ha sido impedimento para que los demás competidores logren desplazar del mercado a Mühlen Sohn en un mediano-largo plazo.

2.3. Población y Muestra

Es importante y necesario establecer cuál es la población a la cual se va a dirigir este plan de negocios, es decir conocer el horizonte del cual se aspira llevar a cabo los objetivos específicos.

La población finita se ubica en diferentes sectores de las regiones del Ecuador, con un total de 10 cartoneras a nivel nacional, ubicadas en las siguientes ciudades con su respectivo número de plantas; 2 cartoneras ubicadas en la región sur del país, la ciudad de Machala, en la ciudad de Guayaquil 5 cartoneras, en las ciudades de Cuenca y Quito 1 cartonera en cada ciudad. Cabe destacar que la cartonera GRUPASA no entraría dentro

de la muestra ya que no utiliza ningún tipo de bandas debido a que su corrugador trabaja con un sistema de absorción única en el país.

Tabla No. 8 Cartoneras a nivel nacional

GUAYAQUIL	PROCARSA S.A CARTOPEL INDUSTRIA CARTONERA ECUATORIANA (ICE) PANASA GRUPASA CARTORAMA
MACHALA	INCARPALM S.A ESURSA
QUITO	CRANSA
CUENCA	ONDUTEC

Elaborado por: Christian Mosquera Z

2.4. Selección del tamaño de la muestra.

Considerando el número pequeño de la población se debe establecer el tamaño de la muestra a quien va dirigido la encuesta, por ello se utilizará un tipo de investigación exploratoria mediante una encuesta de 18 preguntas cerradas dirigidas a los gerentes de planta de cada cartonera en el Ecuador.

La fórmula será finita, representada de la siguiente forma:

$$n = \frac{Z^2(p)(q)N}{e^2(N-1) + pq(Z)^2}$$

n= Tamaño de la Población

N= Número de elementos de la muestra

Z = 1,96 que representa el 95% del nivel de confianza

p = 0,5 Probabilidad

q = 0,5 No probabilidad

e = +/- 5,00% (Nivel de aceptación de tolerancia error)

El estudio se realiza con un 95% de confiabilidad y se está dispuesto a aceptar un +/-5% de tolerancia de error, donde p y q se establecen como 0,50 ya que son desconocidas.

Se reemplaza:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50)(0.50)9}{0.0025(9-1) + (0.50)(0.50)(1.96)^2}$$

$$n = 8,82$$

$$n = 9 \text{ Encuestas}$$

2.5. Presentación de los resultados

2.5.1

Las encuestas se realizaron a las 9 cartoneras del Ecuador antes ya mencionadas, pues se excluye a la empresa GRUPASA pues su corrugador no necesita tener banda transportadora ya que su mecanismo es a través de otro sistema.

2.5.2 Diseño de la encuesta

Se diseñó una encuesta con 18 preguntas cerradas las cuales se realizaron de forma de entrevista personal a los gerentes de planta quienes son los encargados de tomar una decisión final en la compra de este determinado producto analizando muchos aspectos.

2.6. Objetivos de la encuesta

Para determinar el grado de aceptación del nuevo producto de bandas transportadoras de cartón en el mercado, ofrecido por la empresa EUROTEx CIA.LTDA de la mano del fabricante MUHLEN SOHN.

A continuación, se presenta el objetivo de cada pregunta:

La primera pregunta, es para determinar que marca de producto está usando actualmente para así conocer cuál será la competencia.

La segunda pregunta, tiene como objetivo descubrir de que material es el producto que está utilizando para poder determinar nivel de calidad que actualmente están utilizando.

La tercera pregunta, tiene como objetivo conocer cuánto recorrido lineal realizará durante un año para saber la capacidad de producción de cada cliente.

La cuarta pregunta, sirve para conocer si el proveedor tiene un representante comercial en territorio ecuatoriano.

La quinta pregunta, busca conocer con qué frecuencia los visita la competencia.

La sexta pregunta, tiene como objetivo conocer si el proveedor actual realiza capacitaciones al personal.

La séptima pregunta, busca determinar si el cliente está satisfecho o no con el servicio que ofrece el proveedor actual.

La octava pregunta, tiene como fin saber cuántos millones de metros lineales logran con su actual proveedor, esto es fundamental.

La novena pregunta, tiene como objetivo saber si el cliente está satisfecho con el rendimiento que logra la banda actual.

La décima pregunta, busca conocer las diferentes formas de pago que ofrece la competencia.

La onceava pregunta, tiene como objetivo saber si tiene stock de bandas y saber la marca.

La doceava pregunta, tiene como fin conocer tiempo estimado de fabricación de las bandas, pues así se conoce si el proceso de fabricación es lento o eficaz.

La treceava pregunta, busca conocer los millones de m. lineales de durabilidad de la banda que le garantiza el actual proveedor al cliente.

La catorceava pregunta, busca conocer el tipo de garantía que le ofrece el proveedor actual al cliente.

La quinceava pregunta, es fundamental pues busca conocer la razón más influyente del cliente por la cual toma una decisión de compra específicamente para este producto.

La dieciseisava pregunta, tiene como objetivo conocer en que rango de precios actualmente el cliente está comprando las bandas de cartón ondulado.

La diecisieteava pregunta, tiene como objetivo conocer si el cliente está dispuesto a cambiar de proveedor por uno que ofrezca un producto de alta calidad y un servicio superior tomando en cuenta un incremento en precio actual.

La dieciochoava pregunta, busca saber si cliente está dispuesto a pagar un aprox. de US\$285 por cuantía de mts² por cada banda (juego de bandas) del cual le brinde obtener mayor rendimiento que la actual.

2.7. Análisis e interpretación de resultados de la encuesta

Los resultados de las encuestas se analizaron por medio de gráficos circulares o de torta y fueron procesados en la herramienta o programa Excel.

La interpretación de los resultados de las encuestas muestras lo siguiente, a continuación:

Primera Pregunta. - De las 9 cartoneras encuestadas, se observa que el 34% usan bandas marca Albany y se observa que EUROTEx con su marca MUHLEN SOHN esta con un 22% del mercado al igual que MARONI y BRICQ.

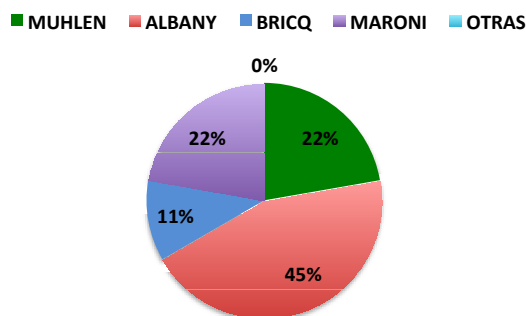
Tabla No. 9 Marca actual de Bandas

1. ACTUALMENTE QUE MARCA DE BANDA UTILIZA	
MUHLEN	2
ALBANY	4
BRICQ	1
MARONI	2
OTRAS	0

Fuente: Encuestados
Elaborado: Christian Mosquera Z

Gráfico No. 7 Marca actual de bandas

1. ACTUALMENTE QUE MARCA DE BANDA UTILIZA?



Fuente: Encuestados
Elaborado: Christian Mosquera Z

Segunda Pregunta. - Se observa que el 78% de las cartoneras en Ecuador utilizan bandas de material Fieltro, el 22% restante bandas MUEHLEN SOHN.

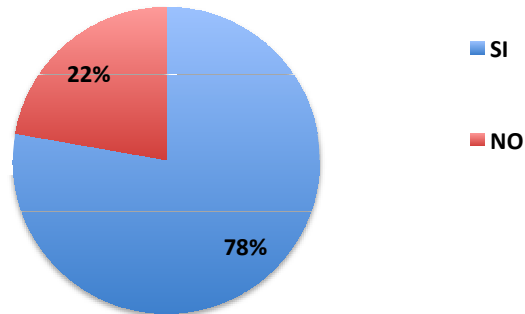
Tabla No. 10 Banda de material fieltro

2. SU BANDA ACTUAL ES DE MATERIAL FIELTRO?	
SI	7
NO	2

Fuente: Encuestados
Elaborado por: Christian Mosquera Z

Grafico No. 8 Banda de material fieltro

2. SU BANDA ACTUAL ES DE MATERIAL FIELTRO?



Fuente: Encuestados

Elaborado: Christian Mosquera Z.

Tercera Pregunta. - Se observa que un 45% de las cartoneras producen aproximadamente 40 millones de metros lineales anualmente, un 33% producen hasta 60 millones metros lineales, un 11% produce 20 millones de metros lineales y otro 11% logra producir más de 60 millones, es decir la producción en la mayoría de plantas es alta.

Tabla No. 11 Millones de m. lineales que corren anual

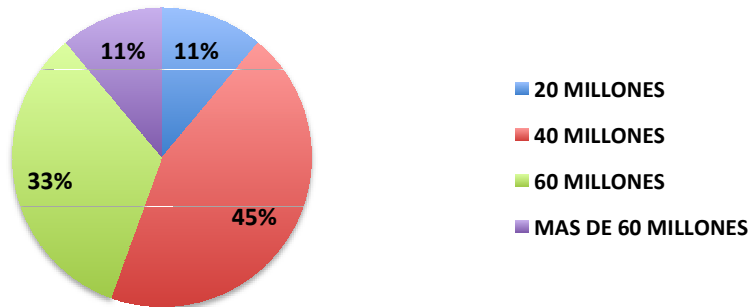
3. APROXIMADAMENTE CUANTOS MILLONES DE MTS LINEALES RECORREN POR AÑO?	
20 MILLONES	1
40 MILLONES	4
60 MILLONES	3
MAS DE 60 MILLONES	1

Fuente: Encuestados

Elaborado por: Christian Mosquera Z

Gráfico No. 9 Millones de m lineales x planta anual

3. APROXIMADAMENTE CUANTOS MILLONES DE MTS LINEALES RECORREN POR AÑO?



Fuente: Encuestados

Elaborado por: Christian Mosquera Z

Cuarta Pregunta. - Se observa que un 56% de los proveedores de bandas transportadoras de cartón no tiene representante comercial en Ecuador a diferencia de un 44% del cual EUROTEx pertenece.

Tabla No. 12 Proveedor con representante local

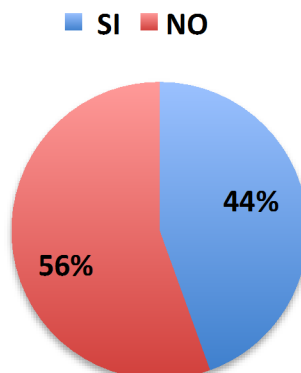
4. SU PROVEEDOR TIENE UN REPRESENTANTE COMERCIAL EN ECUADOR?	
SI	4
NO	5

Fuente: Encuestados

Elaborado por: Christian Mosquera Z

Gráfico No. 10 Proveedor con representante local

4. SU PROVEEDOR TIENE UN REPRESENTANTE COMERCIAL EN ECUADOR?



Fuente: Encuestados

Elaborado por: Christian Mosquera Z

Quinta Pregunta. - Con respecto a la pregunta anterior los que mencionaron que, si los visitan, se observa que un 67% de los proveedores o representantes mensualmente no acostumbran en visitar a los clientes lo cual refleja una mala atención al cliente, con un 22% indica que existen visitas una vez al mes y con el 11% dos veces mensuales.

Tabla No. 13 Frecuencia de visitas

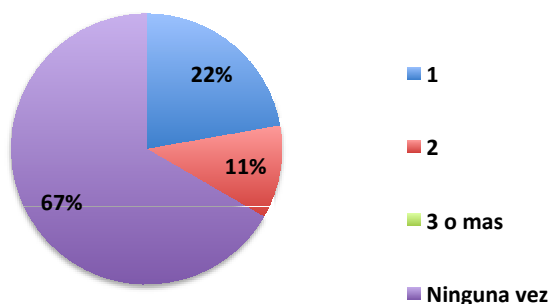
5. MENSUALMENTE CON QUE FRECUENCIA LOS VISITA SU PROVEEDOR ACTUAL DE BANDAS O SU REPRESENTANTE?	
1	2
2	1
3 o mas	0
Ninguna vez	6

Fuente: Encuestados

Elaborado por: Christian Mosquera Z

Gráfico No. 11 Frecuencia de visitas del proveedor

5. MENSUALMENTE CON QUE FRECUENCIA LOS VISITA SU PROVEEDOR ACTUAL DE BANDAS O SU REPRESENTANTE?



Fuente: Encuestados

Elaborado por: Christian Mosquera Z

Sexta pregunta. - Se observa que un 78% de las plantas cartoneras no reciben capacitación por parte de su proveedor y otro 22% que si las recibe.

Tabla No. 14 Capacitaciones del proveedor

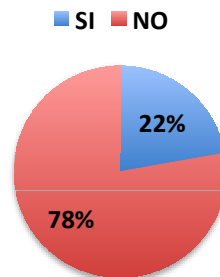
6. SU PROVEEDOR ACTUAL DE BANDAS REALIZA CAPACITACIONES DIRIGIDOS SU PERSONAL?	
SI	2
NO	7

Fuente: Encuestados

Elaborado por: Christian Mosquera Z

Gráfico No.12 Capacitaciones ofrecidas por parte del proveedor

6. SU PROVEEDOR ACTUAL DE BANDAS REALIZA CAPACITACIONES DIRIGIDOS SU PERSONAL?



**Fuente: Encuestados
Elaborado por: Christian Mosquera Z**

Séptima Pregunta. - Refleja que el 67% de las cartoneras encuestadas no están satisfechas con el servicio post venta que ofrece el actual proveedor y que un 33% indican que si lo están.

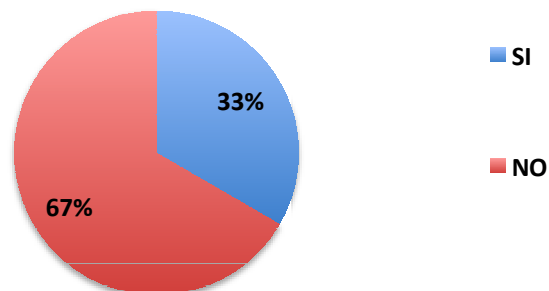
Tabla No. 15 Satisfacción del servicio post venta

7. ESTA TOTALMENTE SASTIFECHO CON EL SERVICIO POST VENTA QUE LES BRINDA SU ACTUAL PROVEEDOR DE BANDAS?	
SI	3
NO	6

**Fuente: Encuestados
Elaborado por: Christian Mosquera Z**

Gráfico No. 13 Satisfacción del servicio post venta

7. ESTA TOTALMENTE SASTIFECHO CON EL SERVICIO POST VENTA QUE LES BRINDA SU ACTUAL PROVEEDOR DE BANDAS?



**Fuente: Encuestados
Elaborado por: Christian Mosquera Z**

Octava Pregunta. - Se observa que un 34% de las cartoneras encuestadas logran recorrer con su banda actual entre 31 a 35 millones, un 22% logran recorrer entre 26 a 30 millones, también un 22% logran rendir más de 40 millones, el 11% logra alcanzar a penas entre 20 a 25 millones y otro 11% entre 36 a 40 millones, sin embargo, ninguna de las cartoneras logra alcanzar más de 60 millones con la misma banda, lo cual es una gran posibilidad para ofrecer la nueva banda Mühlen Sohn.

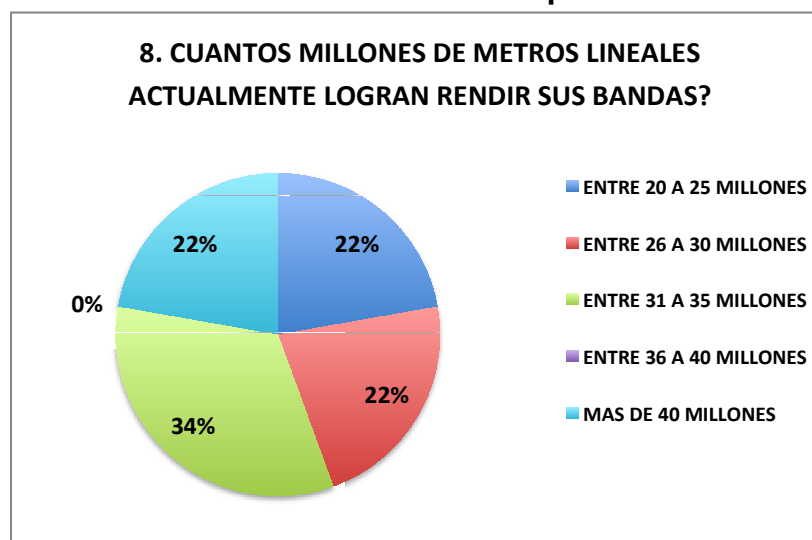
Tabla No.16 Millones de m lineales que rinden las bandas

8. CUANTOS MILLONES DE METROS LINEALES ACTUALMENTE LOGRAN RENDIR SUS BANDAS?	
ENTRE 20 A 25 MILLONES	2
ENTRE 26 A 30 MILLONES	2
ENTRE 31 A 35 MILLONES	3
ENTRE 36 A 40 MILLONES	0
MAS DE 40 MILLONES	2

Fuente: Encuestados

Elaborado por: Christian Mosquera Z

Gráfico No. 14 Millones de m lineales que rinden las bandas



Fuente: Encuestados

Elaborado por: Christian Mosquera Z

Novena Pregunta. - Se observa que un 67% de las plantas encuestadas están insatisfechas con el rendimiento de las bandas que actualmente mantienen y un 33% aún se encuentran satisfechas.

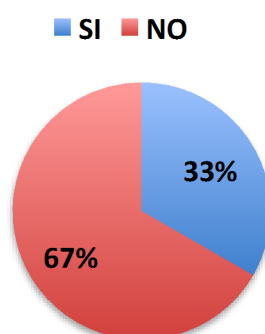
Tabla No.17 Satisfacción con el rendimiento de las bandas

9. ESTA SASTIFECHO CON EL RENDIMIENTO QUE ESTA OBTENIENDO CON LAS ACTUALES BANDAS?	
SI	3
NO	6

Fuente: Encuestados
Elaborado por: Christian Mosquera Z

Gráfico No.15 Satisfacción con el rendimiento de las bandas

9. ESTA SASTIFECHO CON EL RENDIMIENTO QUE ESTA OBTENIENDO CON LAS ACTUALES BANDAS?



Fuente: Encuestados
Elaborado por: Christian Mosquera Z

Decima Pregunta. - Muestra los términos de pago que ofrece los proveedores a las cartoneras y se refleja que con un 34% las cartoneras pagan 30% anticipadamente y el saldo antes de embarque, un 33% paga a crédito de 30 días fecha B/L, un 22% a crédito de 60 días fecha B/L y un 11% paga 100% anticipadamente.

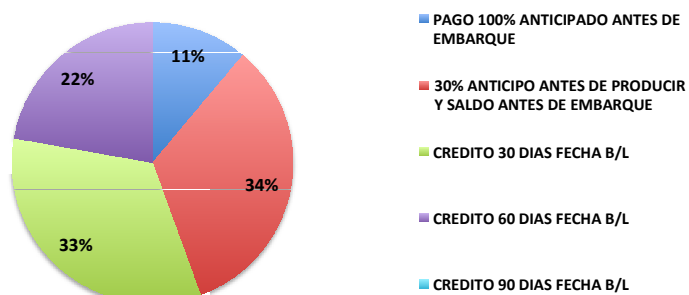
Tabla No. 18 Términos de pago del proveedor

10. SELECCIONE UNA DE LAS SIGUIENTES FORMAS DE PAGO QUE LE OFRECE SU ACTUAL PROVEEDOR DE BANDAS?	
PAGO 100% ANTICIPADO ANTES DE EMBARQUE	1
30% ANTICIPO ANTES DE PRODUCIR Y SALDO ANTES DE EMBARQUE	3
CREDITO 30 DIAS FECHA B/L	3
CREDITO 60 DIAS FECHA B/L	2
CREDITO 90 DIAS FECHA B/L	0

Fuente: Encuestados
Elaborado por: Christian Mosquera Z

Gráfico No. 16 Términos de pago que ofrece actual proveedor

10. SELECCIONE UNA DE LAS SIGUIENTES FORMAS DE PAGO QUE LE OFRECE SU ACTUAL PROVEEDOR DE BANDAS?



Fuente: Encuestados
Elaborado por: Christian Mosquera Z

Onceava Pregunta. - Aquí se determina la cantidad de plantas cartoneras que al momento cuenta con stock de bandas y la marca específica del cual refleja que un 56% no tiene stock de bandas, un 22% tiene stock de bandas ALBANY y otro 22% tienen bandas MARONI.

Tabla No. 19 Stock de bandas y marca

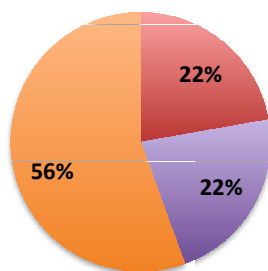
11. ACTUALMENTE CUENTA CON UN STOCK DE BANDAS?	
SI MUHLEN	0
SI ALBANY	2
SI BRICQ	0
SI MARONI	2
SI OTRA MARCA	0
NO TENGO STOCK	5

Fuente: Encuestados
Elaborado por: Christian Mosquera Z

Gráfico No. 17 Stock de bandas y marca

11. ACTUALMENTE CUENTA CON UN STOCK DE BANDAS?

■ SI MUHLEN ■ SI ALBANY ■ SI BRICQ
■ SI MARONI ■ SI OTRA MARCA ■ NO TENGO STOCK



Fuente: Encuestados

Elaborado por: Christian Mosquera Z

Doceava Pregunta. - Aquí se define cuanto tiempo tarda el proveedor de cada cartonera encuestada en tender lista la mercadería para despacho y refleja que un 56% se toma más de dos meses, un 22% entre 7a 8 semanas y 22% entre 4 a 5 semanas.

Tabla No. 20 Tiempo de producción del proveedor

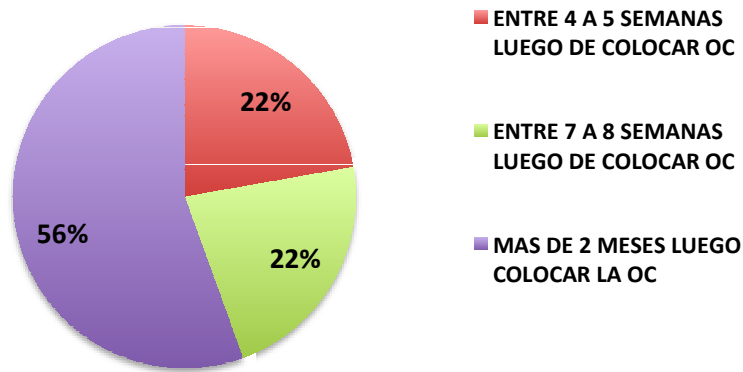
12. CUANTO TIEMPO APROX. SU PROVEEDOR TARDA EN FABRICAR /DESPACHAR LAS BANDAS A SU PLANTA?	
ENTRE 4 A 5 SEMANAS LUEGO DE COLOCAR OC	2
ENTRE 7 A 8 SEMANAS LUEGO DE COLOCAR OC	3
MAS DE 2 MESES LUEGO COLOCAR LA OC	4

Fuente: Encuestados

Elaborado por: Christian Mosquera Z

Gráfico No. 18 Tiempo de producción del proveedor

12. CUANTO TIEMPO ESTIMADO SU PROVEEDOR TARDA EN FABRICAR / DESPACHAR LAS BANDAS A SU PLANTA?



Fuente: Encuestados
Elaborado por: Christian Mosquera Z

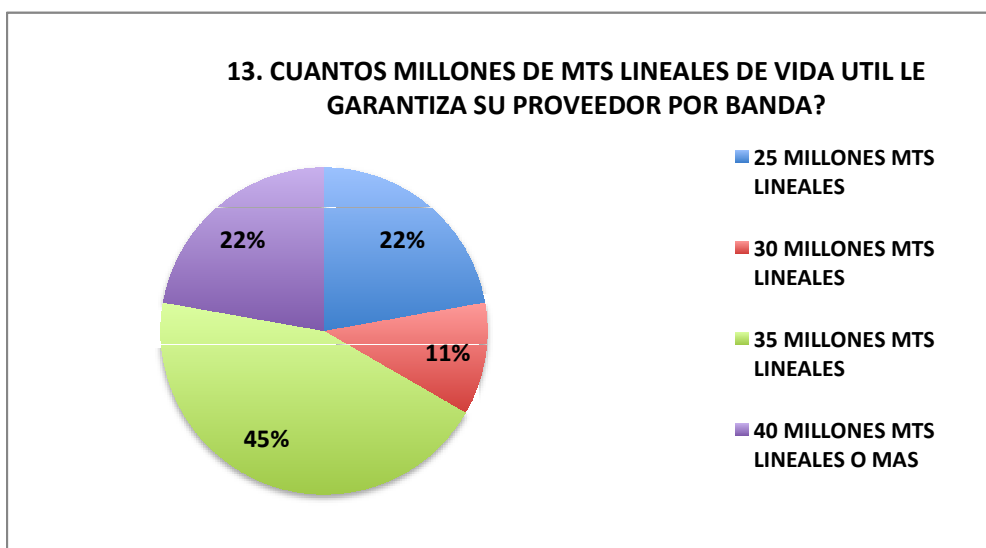
Treceava pregunta. - Se observa que al 45% de las plantas encuestadas sus respectivos proveedores les garantizan que su banda tendrá una durabilidad de aprox. 35 millones, con el 22% les garantizan una durabilidad de aprox. 30 millones, también a un 22% les garantizan 25 millones m. lineales y a un 11% les garantizan una vida útil de 40 millones de m. lineales.

Tabla No. 21 Durabilidad de bandas en base a millones de m.

13. CUANTOS MILLONES DE MTS LINEALES DE VIDA UTIL LE GARANTIZA SU PROVEEDOR ACTUAL PARA CADA BANDA?	
25 MILLONES MTS LINEALES	2
30 MILLONES MTS LINEALES	1
35 MILLONES MTS LINEALES	4
40 MILLONES MTS LINEALES O MAS	2

Fuente: Encuestados
Elaborado por: Christian Mosquera Z

Gráfico No. 19 Durabilidad de bandas en base a millones de M



**Fuente: Encuestados
Elaborado por: Christian Mosquera Z**

Catorceava Pregunta.- Algunos proveedores de bandas de cartón ofrecen alternativas de garantía según los millones m. acordados con cliente, aquí refleja que al 22% le ofrecen un descuento en la próxima compra calculando los metros lineales no alcanzados, al 22% una reparación de banda sin costo alguno, al 11% le ofrecen una carta de crédito por el total de los millones de m. no logrados, sin embargo al 45% de cartoneras encuestadas no le ofrecen ningún tipo de garantía sin algún tipo de costo de por medio.

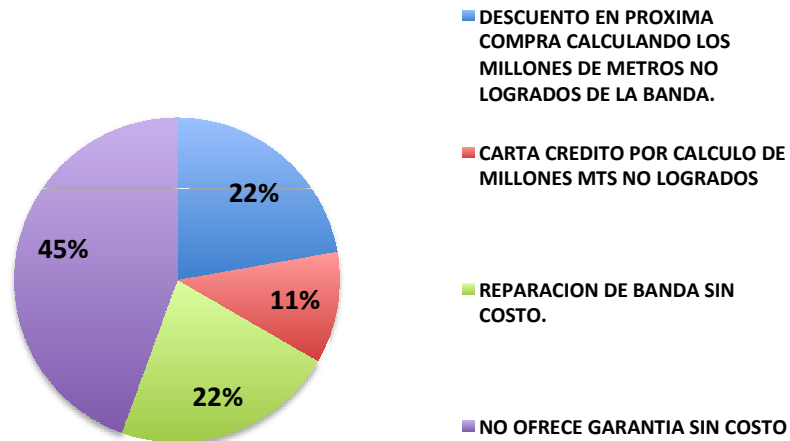
Tabla No. 22 Tipos de garantía que ofrece el proveedor

14. QUE TIPO DE GARANTIA LE OFRECE SU PROVEEDOR EN CASO QUE LA BANDA NO LOGRE CUMPLIR CON LOS MILLONES DE MTS LINEALES GARANTIZADOS; SELECCIONE UNA DE LAS SIGUIENTES OPCIONES:	
DESCUENTO EN PROXIMA COMPRA CALCULANDO LOS MILLONES DE METROS NO LOGRADOS DE LA BANDA.	2
CARTA CREDITO POR CALCULO DE MILLONES MTS NO LOGRADOS	1
REPARACION DE BANDA SIN COSTO.	2
NO OFRECE GARANTIA SIN COSTO	4

**Fuente: Encuestados
Elaborado por: Christian Mosquera Z**

Gráfico No. 20 Tipos de garantía que ofrece el proveedor

14. QUE TIPO DE GARANTIA LE OFRECE SU PROVEEDOR EN CASO QUE LA LONA NO LOGRE CUMPLIR CON LOS MILLONES DE MTS LINEALES ACORDADOS; SELECCIONE UNA DE LAS SIGUIENTES OPCIONES:



**Fuente: Encuestados
Elaborado por: Christian Mosquera Z**

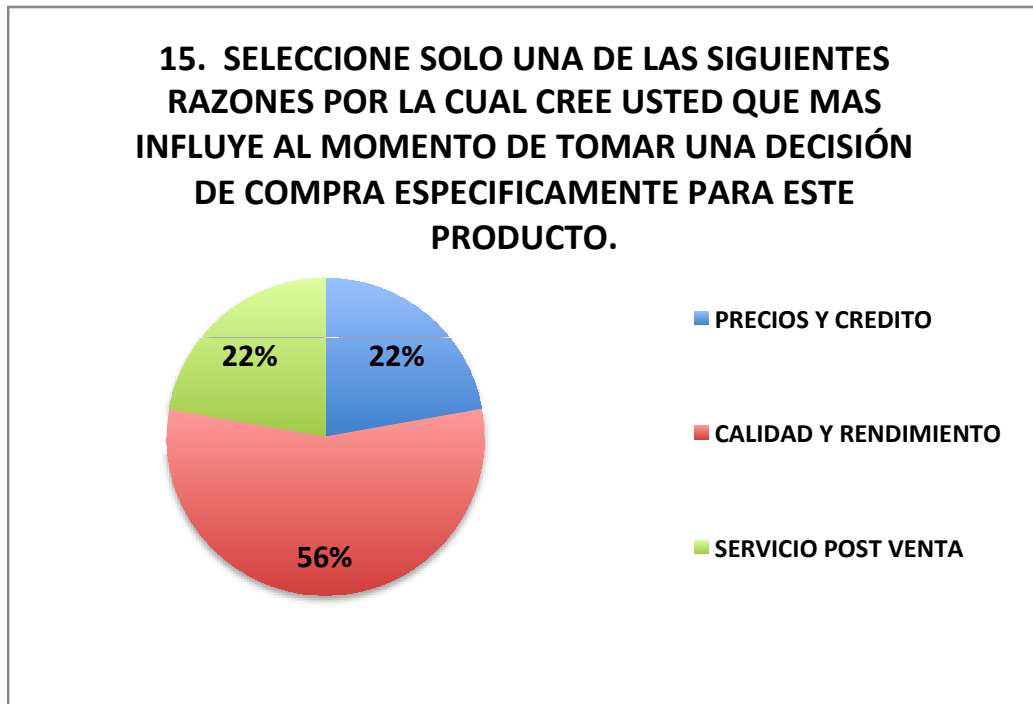
Quinceava pregunta. - Se observa que el 56% de los gerentes comerciales de las cartoneras encuestadas creen que lo que más influye al momento de tomar una decisión de compra es la calidad y rendimiento del producto, el otro 22% cree que es el precio y crédito al igual que el otro 22% cree que influye más el servicio post venta que se le ofrezca.

Tabla No. 23 La mayor influencia para decisión de compra

15. CUAL CREE USTED LA RAZON MAS INFLUYENTE AL MOMENTO DE TOMAR UNA DECISION DE COMPRA ESPECIFICAMENTE DE ESTE PRODUCTO, SELECCIONE SOLO UNA	
PRECIOS Y CREDITO	2
CALIDAD Y RENDIMIENTO	5
SERVICIO POST VENTA	2

**Fuente: Encuestados
Elaborado por: Christian Mosquera Z**

Gráfico No. 21 La mayor influencia para tomar decisión de compra



**Fuente: Encuestados
Elaborado por: Christian Mosquera Z**

Dieciseisava Pregunta. - Se observa que el 45% de las cartoneras encuestadas están pagando entre \$25,000 – \$29,000 por un juego de bandas, el 33% está pagando entre \$30,000- \$35,000 con el 11% está pagando entre \$20,000 -\$24,000 y nadie está pagando actualmente más de 35,000.

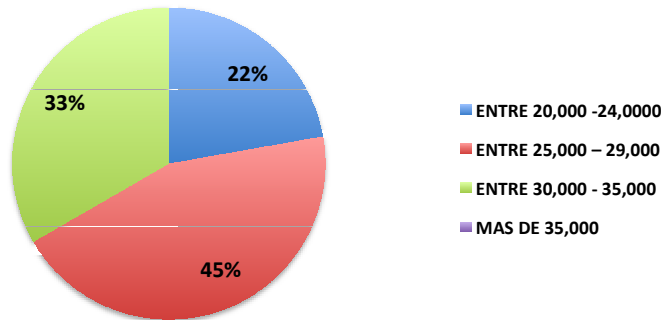
Tabla No. 24 Rango de precios de bandas

16. SEGÚN LOS SIGUIENTES RANGOS, APROX. CUANTO ESTAN PAGANDO POR SU ACTUAL JUEGO DE BANDAS?	
ENTRE 20,000 -24,0000	2
ENTRE 25,000 – 29,000	4
ENTRE 30,000 - 35,000	3
MAS DE 35,000	0

**Fuente: Encuestados
Elaborado por: Christian Mosquera Z**

Gráfico No. 22 Rango de precios de bandas

16. SEGÚN LOS SIGUIENTES RANGOS, APROX. EN CUANTO ESTA PAGANDO UD POR SU ACTUAL JUEGO DE BANDAS? ?



**Fuente: Encuestados
Elaborado por: Christian Mosquera Z.**

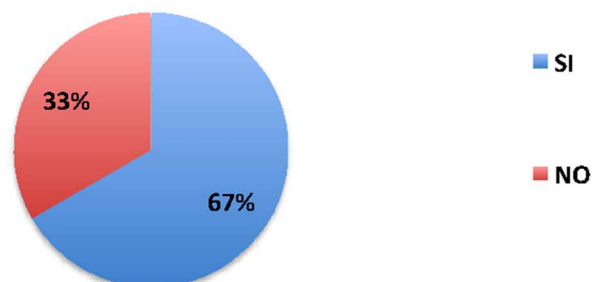
Diecisieteava Pregunta. - Muestra que el 67% de las cartoneras encuestadas está de acuerdo en cambiar de proveedor que le ofrezca una calidad y servicio superior viendo reflejado aumento en los precios y que el 33% no estaría de acuerdo.

Tabla No. 25 Apertura en cambiar de proveedor

17. ESTARIA DISPUESTO EN CAMBIAR DE PROVEEDOR POR UNO QUE LE BRINDE UNA CALIDAD SUPERIOR EN PRODUCTO Y SERVICIO REFLEJANDO AUMENTO EN SU PRECIO ACTUAL?	
SI	6
NO	3

Gráfico No. 23 Apertura en cambiar de proveedor

17. ESTARIA DISPUESTO EN CAMBIAR DE PROVEEDOR POR UNO QUE LE BRINDE UNA CALIDAD SUPERIOR EN PRODUCTO Y SERVICIO REFLEJANDO AUMENTO EN SU PRECIO ACTUAL?



**Fuente: Encuestados
Elaborado por: Christian Mosquera Z**

Decimoctava Pregunta. - Indica que el 78% estaría dispuesto en pagar un valor aprox. de \$285 (cuantía total de mts2 de banda) y que el 22% no estaría de acuerdo.

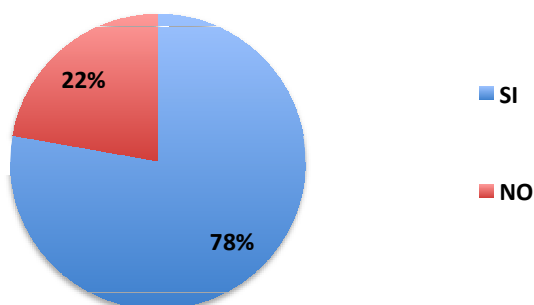
Tabla No. 26 Apertura para invertir en bandas de calidad superior

18. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR UN VALOR APROX. \$285 POR CUANTIA TOTAL DE MTS2 POR CADA BANDA, QUE LE BRINDE OBTENER MAYOR RENDIMIENTO QUE LA ACTUAL BANDA?	
SI	7
NO	2

**Fuente: Encuestados
Elaborado por: Christian Mosquera Z**

Gráfico No. 24 Apertura de inversión por una banda de calidad superior

18. ESTARIA DISPUESTO A PAGAR UN VALOR APROX. \$285 (POR CUANTIA TOTAL DE MTS2) POR CADA BANDA, QUE LE BRINDE OBTENER MAYOR RENDIMIENTO QUE LA ACTUAL BANDA?



**Fuente: Encuestados
Elaborado por: Christian Mosquera Z**

En el análisis general de los resultados obtenidos de la encuesta, se manifestaron los gerentes de cada planta cartonera del Ecuador, los cuales son los encargados de tomar una decisión de compra en lo que respecta a este tipo de productos.

Se observa que la competencia ha abarcado mucho el mercado ecuatoriano, pues el que domina con un 45% es ALBANY de origen americano, así mismo se puede determinar que los clientes no están totalmente satisfechos con el servicio post venta que le están ofreciendo, en la mayoría de preguntas refleja

que solo el 33% de los encuestados tienen una satisfacción en cuanto al servicio y rendimiento de la banda.

Existe mucha demanda en contar con un producto de mejor calidad que pueda brindar mayor rendimiento y hay necesidades por parte de los encuestados en que puedan brindar un nuevo producto que cumpla con esos requerimientos para el mutuo beneficio.

Respecto al precio se puede observar que si es posible ofrecer un producto más costoso ya que se lo compensa con mayor rendimiento y beneficios.

Sin embargo, hay plantas cartoneras que producen menos cartón al año y que no requieren de una inversión superior a la actual en lo que respecta a este producto, ya que con el rendimiento de su actual banda producen lo necesario, cabe destacar que con una banda de mejor calidad el rendimiento puede ser el doble y la producción puede no solo incrementar, si no también reducir costos.

Las encuestas en general fueron positivas, se refleja que no hay visitas constantes por parte de la competencia y que eso predomina mucho en lo que es atención al cliente, lo cual EUROTEx se caracteriza.

CAPITULO III. EL PRODUCTO O SERVICIO

Las corrugadoras fabrican papel de diferentes anchos. En aquellos no muy anchos, la temperatura aumenta significativamente en los bordes. Esto origina una temperatura extrema, mayor presión y abrasión y de las correas de algodón y como consecuencia se reduce el tiempo de vida útil de la banda. El borde entretejido que sirve para proteger las bandas está hecho de fibras de aramida que resisten mayores presiones. Con este tipo de protección se puede prolongar el tiempo de vida útil de las bandas en 60 – 80 millones de metros lineales e incluso más.

Esta ventaja incide directamente sobre el precio de la banda en relación al rendimiento de metros lineales versus el precio por metro cuadrado de la misma.

Al mismo tiempo, se dan menos paradas de máquina lo que resulta en menos gastos por fallas de producción y por ende en un menor desperdicio de papel e insumos utilizados.

La calidad del tejido de las bandas no permite los depósitos de goma u otros residuos a su superficie al mismo tiempo que su limpieza y mantenimiento es por demás fácil utilizando medios tradicionales como cepillos y raspadores.

La regulación de la humedad del producto es de gran importancia ya que incide sobre la calidad del cartón y las bandas por su calidad, tipo de tejido y material utilizado - hilos higroscópicos - mejoran la regulación de la humedad a través de una alta absorción lo que hace posible alcanzar máximas velocidades de máquina y a su vez se evita la carga estática.

3.1. Descripción de los servicios a ofrecer

- **Confección. -**

Se ofrece la confección a medida de cada corrugadora, respetando largos y anchos y adaptando la banda a las diferentes configuraciones de las máquinas como rodillos extras.

Las bandas son tejidas en modernas instalaciones con técnicas avanzadas de tejido y personal altamente especializado.

El material empleado son hilos especiales que hacen posible una estructura de tejido más densa y al haber una mayor cantidad de material tejido – densidad de la banda – se obtiene una mayor resistencia al desgaste.

Gráfico No. 25 Confección Banda MS



**Fuente: Mühlen Sohn
Elaborado por: Christian Mosquera Z**

- **Montaje. -**

Mühlen & Sohn ofrece con la adquisición de la primera banda, el servicio de un técnico especializado que llegará desde la planta en Alemania para realizar el montaje y dar toda la capacitación necesaria a los operadores de la corrugadora, así como a los Ingenieros encargados de la Producción en la planta.

Adicionalmente, el proveedor cuenta con oficinas de representante y servicio técnico local que está disponible incluso durante los fines de semana para

asesorar al cliente y proveerle las herramientas especiales para realizar la grapación de la banda y ayudar en montajes posteriores reforzando de esta manera el servicio inicial dado por el proveedor.

El representante local estará en constante contacto con todos los clientes para atender sus posibles consultas, cotizar nuevas bandas o incluso atender cualquier tipo de reclamo en caso de darse. Emitirá también un informe mensual sobre cada planta con las respectivas observaciones.

Adicionalmente, MÜEHLEN & SOHN pone a disposición del cliente un Call-Center libre de costo en Alemania los 365 días del año. El cliente podrá realizar llamadas directamente al fabricante y recibirá asesoría directa en su propio idioma.

Gráfico No. 26 Montaje



**Fuente: Mühlen Sohn
Elaborado por: Christian Mosquera Z**

3.2. Características del Producto

La principal característica y beneficio que ofrecen las bandas MÜEHLEN es su larga durabilidad. Con su uso se ahorran gastos porque se consigue una duración de vida superior a una media de entre 50 y 75 millones de metros lineales. Esto se refleja finalmente en un menor precio por metro cuadrado en relación con el rendimiento de metros lineales.

- **Insensible a influencias exteriores**

La banda es de alta resistencia debido a su especial fabricación con hilos que aumenta su densidad lo que evita errores de mando en la corrugadora gracias a su robustez y mayor peso. Esta característica le da estabilidad aun corriendo la máquina a altas velocidades de producción.

La banda es insensible a depósitos de cola y otros residuos.

Es apta para limpiarla con cepillos y medios de limpieza tradicionales.

- **Regulación de humedad**

El secado es uniforme debido al tejido de los hilos, lo que se refleja en la calidad final del cartón.

- **Alto coeficiente de fricción**

El tipo de tejido y los hilos higroscópicos garantizan una humedad restante en la lona consiguiendo con ello un excelente arrastre y papel y vitando la carga estática.

- **Mejor y uniforme encolamiento del cartón**

Un mayor peso de superficie lleva el cartón de manera uniforme y sin vaivén sobre las planchas de secado en todo el ancho.

- **Silencioso funcionamiento**

Esta característica se consigue gracias a la estructura del tejido y a la unión de grapas.

- **Reparable**

En caso de rasgaduras por desgaste natural de la banda, los bordes de la misma pueden ser reparados utilizando un "flock" o recubrimiento patentado por el fabricante.

Gráfico No. 27 Innovación de la banda



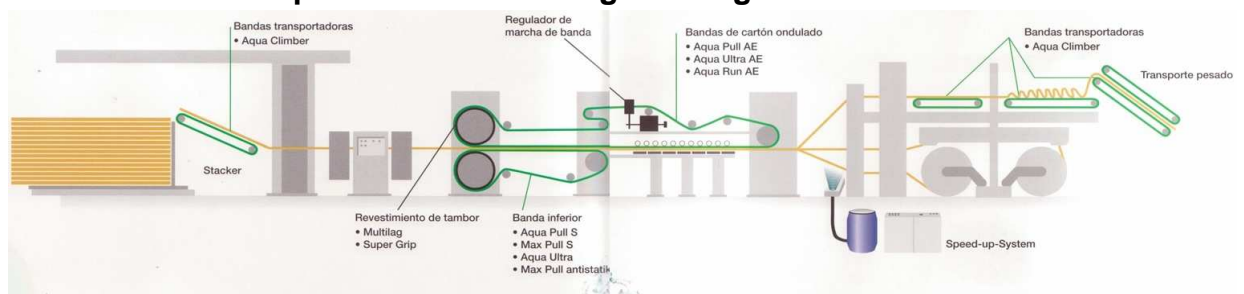
**Fuente: Mühlen Sohn
Elaborado por: Christian Mosquera Z**

CARACTERISTICAS DEL TRANSPORTE DE LAS LONAS

Para transportar el cartón a través de las zonas de calor y de tracción de una instalación de cartón ondulado, debe aplicarse la fuerza de tracción necesaria desde la lona al cartón. Esta acción se regula mediante el sistema de carga situado sobre la lona. El tipo del sistema de carga puede ser mediante rodillos o de presión superficial. El sistema de carga garantiza una sujeción segura para evitar deslizamientos siempre y cuando el coeficiente de rozamiento de las lonas sea mínimo.

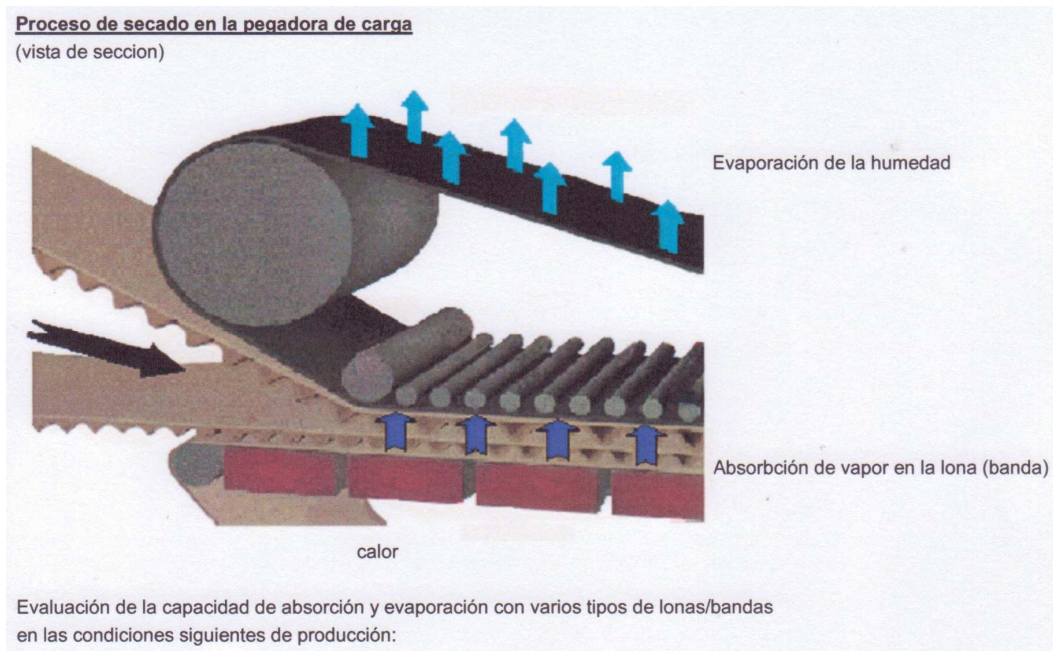
A mayor fuerza de fricción entre la lona y el cartón = mayor fuerza de tracción = mejor arrastre del papel = carga superficial reducida = menor consumo de energía = mayor rapidez de producción.

Gráficos No. 28 Implantación del corrugador según función de la banda



**Fuente: Catalogo Mühlen Sohn
Elaborado por: Christian Mosquera Z**

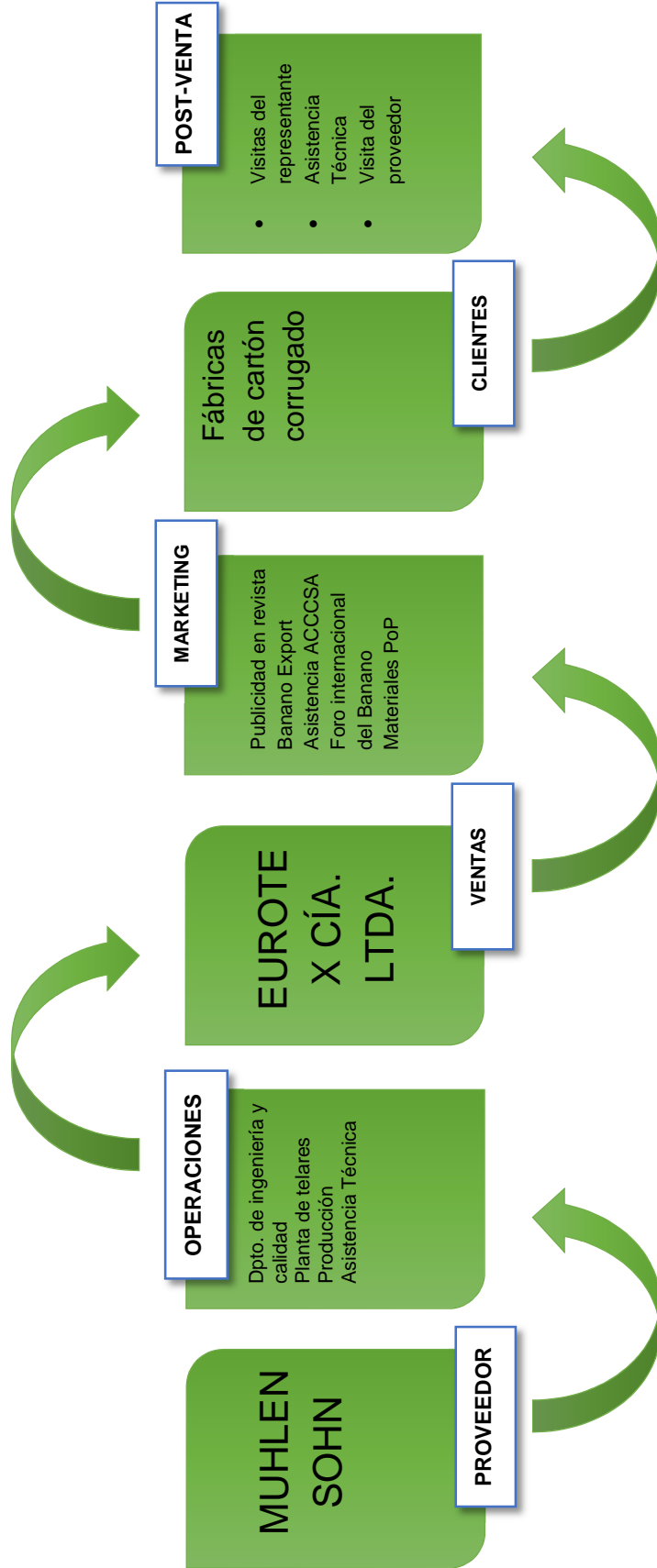
Grafico No. 29 Función de la Banda



3.3. Cadena de Valor

A través de la cadena de valor se puede identificar y analizar actividades de forma estratégica para poder obtener ventajas competitivas sostenibles en tiempo.

Gráfico No. 30 Cadena de Valor



- **POSTVENTA**

Una vez que la banda llega a las instalaciones del cliente, el representante EUROTEx enviará a su técnico local para supervisar el arribo de la carga a la planta y realizar el montaje de la misma.

Se planificará capacitaciones 2 veces al año acerca del cuidado y mantenimiento de las bandas.

Se visitarán las plantas cartoneras de acuerdo al plan cronológico de abajo.

Gráfico No. 31 Servicio Post Venta



Elaborado por: Christian Mosquera Z

Gráfico No. 32 Asistencia Técnica



Elaborado por: Christian Mosquera Z.

Tabla No. 27 Plan de visitas Eurotex

CRONOGRAMA DE VISITAS MENSUALES A CADA CLIENTE DE EUROTUX CIA.LTDA -MUHLEN.											
CLIENTES	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	
CARTOPEL	1 VISITA COMERCIAL Y TECNICA EUROTUX	1 VISITA COMERCIAL EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA DEL PROVEEDOR MUHLEN	1 VISITA COMERCIAL EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA TECNICA Y COMERCIAL	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA CORTESIA MUHLEN	
CARTORAMA	1 VISITA COMERCIAL Y TECNICA EUROTUX	1 VISITA COMERCIAL EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA DEL PROVEEDOR MUHLEN	1 VISITA COMERCIAL EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA TECNICA Y COMERCIAL	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA CORTESIA MUHLEN	
PROCARSA	1 VISITA COMERCIAL Y TECNICA EUROTUX	1 VISITA COMERCIAL EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA DEL PROVEEDOR MUHLEN	1 VISITA COMERCIAL EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA TECNICA Y COMERCIAL	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA CORTESIA MUHLEN	
ICE	1 VISITA COMERCIAL Y TECNICA EUROTUX	1 VISITA COMERCIAL EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA DEL PROVEEDOR MUHLEN	1 VISITA COMERCIAL EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA TECNICA Y COMERCIAL	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA CORTESIA MUHLEN	
PANASA	1 VISITA COMERCIAL Y TECNICA EUROTUX	1 VISITA COMERCIAL EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA DEL PROVEEDOR MUHLEN	1 VISITA COMERCIAL EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA TECNICA Y COMERCIAL	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA CORTESIA MUHLEN	
ESURSA	1 VISITA COMERCIAL Y TECNICA EUROTUX	1 VISITA COMERCIAL EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA DEL PROVEEDOR MUHLEN	1 VISITA COMERCIAL EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA TECNICA Y COMERCIAL	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA CORTESIA MUHLEN	
INCARPALM	1 VISITA COMERCIAL Y TECNICA EUROTUX	1 VISITA COMERCIAL EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA DEL PROVEEDOR MUHLEN	1 VISITA COMERCIAL EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA TECNICA Y COMERCIAL	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA CORTESIA MUHLEN	
ONDUTEC	1 VISITA COMERCIAL Y TECNICA EUROTUX	1 VISITA COMERCIAL EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA DEL PROVEEDOR MUHLEN	1 VISITA COMERCIAL EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA TECNICA Y COMERCIAL	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA CORTESIA MUHLEN	
CRANSA	1 VISITA COMERCIAL Y TECNICA EUROTUX	1 VISITA COMERCIAL EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA DEL PROVEEDOR MUHLEN	1 VISITA COMERCIAL EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA TECNICA Y COMERCIAL	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA TECNICA EUROTUX	1 VISITA CORTESIA MUHLEN	

Elaborado por: Christian Mosquera

3.4. Análisis FODA.

Mediante esta herramienta observamos la situación real a nivel interno y externo de la empresa Eurotex, específicamente con la línea Mühlen Sohn. Una vez que se examine todas las características de la empresa y del entorno en el cual este compite se determinara las estrategias a seguir y su respectiva actividad para lograr los objetivos.

Tabla No. 28 FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Calidad del Producto	Apertura de servicio técnico local
Atención Personalizada	Demanda Insatisfecha
Fabricación Call-off	Apertura para probar una nueva banda
Innovación del Producto	Buena relación comercial con clientes
Representante exclusivo de Mühlen Sohn	Ausencia de stock del producto en la mayoría de clientes
DEBILIDADES	AMENAZAS
Precios más altos	Incursión de competidores
Poca presencia de Marketing	Clientes más selectivos esperan mejor calidad de producto.
Términos de Pago anticipados	Competencia Desleal
Tiempo de despacho	Inestabilidad política-económica

Elaborado por: Christian Mosquera

3.4.1. Análisis Interno

- **Fortalezas**

Calidad del Producto: Las bandas son confeccionadas en telares de alta tecnología con hilos higroscópicos que brindan grandes ventajas sobre otras bandas en el mercado.

Atención Personalizada: Atención personalizada a cada planta tanto por el proveedor desde Alemania a través del Call-Center como del técnico local.

Fabricación CALL-OFF: MÜHLEN ofrece a sus clientes la alternativa de producir la banda y mantenerla en sus bodegas por un tiempo máximo de 8 meses hasta que el cliente la necesite. De esta manera el despacho es inmediato.

Innovación del Producto: MÜHLEN fabrican nuevos tipos de banda gracias a su departamento de investigación y desarrollo, que se adaptan a los constantes cambios tecnológicos de la industria cartonera.

Representante exclusivo: Eurotex es el representante comercial de Mühlen Sohn en Ecuador desde el año 2001, lo cual garantiza confianza y respaldo del fabricante.

- **Debilidades**

Precio: Ecuador lamentablemente tiene un alto nivel en riesgo país lo que impide muchas veces obtener crédito directo. Adicionalmente, los precios de Mühlen debido a la alta calidad de sus bandas, están por encima de los precios de la competencia, lo que muchas veces dificulta las negociaciones con los clientes.

Poca presencia de Marketing: Eurotex no ha invertido en publicidad ni ha participado de eventos relacionados a la industria cartonera.

Tiempo de fabricación: El tiempo de fabricación normal de Mühlen fluctúa entre 6 y 8 semanas dado la alta demanda de bandas a nivel mundial. Muchas veces los clientes optan por la competencia porque al no ser bandas tejidas, su tiempo de fabricación es de 4 semanas.

3.4.2. Análisis Externo

- **Oportunidades**

Servicio técnico local: Los clientes tienen una gran demanda por contar con un servicio técnico más eficiente, por lo cual sería una gran oportunidad en ofrecer este tipo de servicio localmente respaldado por el proveedor Mühlen Sohn.

Demanda Insatisfecha: Los clientes tienen insatisfacción con el producto actual de la competencia, debido a su bajo rendimiento y a su corta vida útil.

Ausencia de stock: La mayoría de clientes no cuenta con un juego de bandas en stock, por lo que existe oportunidad en ofrecer el producto nuevo de Mühlen Sohn.

- **Amenazas**

Incursión de competidores: A pesar del tamaño del mercado existe la participación de varios competidores, que ofrecen un producto similar, con mejor precio.

Clientes selectivos: Cada vez los clientes en general exigen una mejor calidad de producto sobretodo en rendimiento y que se adapte a las diferentes características de su maquinaria y producción.

Inestabilidad política-económica: No menos importante y debido al nicho de mercado es necesario mencionar que este tipo de producto siempre va a afectar directamente los precios en el mercado.

3.5. Estrategias de mercadeo CAME

Luego del análisis FODA, se definirán las estrategias según el análisis CAME, que es una herramienta que ayudara a corregir las debilidades de la empresa, afrontar las amenazas del entorno, a mantener las fortalezas y explotar las oportunidades.

Tabla No. 29 CAME

CORREGIR	Mayor participación en eventos relacionados a la industria cartonera. Ofrecer mejor facilidades de pago. Mejorar el tiempo de despacho.
AFRONTAR	Incursión de competidores con estrategias desleales. Establecer un reajuste en precios.
MANTENER	Fortalecer las relaciones con actuales clientes Ofrecer mejores calidades e innovaciones del producto. Ofrecer un servicio post venta ágil.
EXPLOTAR	Insatisfacción de clientes con su proveedor actual. Convenio grupal con clientes que mantengan más de una planta. Aprovechar la buena relación que existe con el cliente. Beneficios del producto.

Elaborado por: Christian Mosquera Z

CAPITULO IV: PLANES ESTRATÉGICOS

4.1. Plan de Venta.

Para elaborar el plan de venta se parte de la información recogida de los clientes sobre sus necesidades y expectativas del producto que necesitan.

Se llenan formularios con datos técnicos de las máquinas de corrugado que incluyen además las posibles quejas y ventajas sobre la competencia para poder atacar los puntos débiles de la misma e igualar o mejorar sus ventajas.

Esta información es transmitida a los departamentos comercial, producción y post-venta del fabricante para de manera conjunta con el representante local elaborar el plan de venta que logre satisfacer las necesidades de cada planta según sus condiciones de máquina y producto final que elaboran.

4.1.1. Cuota de Ventas.

Las cuotas de ventas es el objetivo o volumen de ventas que se espera en un determinado territorio durante un período definido de tiempo. En este caso, MÜEHLEN tiene un representante local con quien de manera conjunta revisa su posición en el mercado para definir sus proyecciones.

No se establecen cuotas de ventas por vendedor, pero se establece un porcentaje de comisión en cada banda vendida. Este porcentaje, establecido en un 20% por contrato previamente firmado entre el fabricante y el representante, se incluye en el precio EXW que se ofrece en las proformas que son preparadas por MÜEHLEN.

4.1.2. Método Krisp.

Es el método para medir los objetivos de las ventas, se debe enmarcar en un presupuesto por zona. En este caso se tiene perfectamente identificado el número de cartoneras en el país y su consumo promedio de banda por metraje recorrido. Se anotarán las posibilidades de venta.

4.1.3. Fuerza de Venta.

Un miembro del staff de EUROTEx se dedicará de manera exclusiva a la promoción, venta y servicio técnico de cada una de las plantas corrugadoras. Recibirá capacitación por medio de un técnico del exterior que llegará a Ecuador a realizar entrenamientos y asistirá a las ferias internacionales para obtener toda la información posible sobre la competencia y las nuevas tendencias y tecnologías desarrolladas en el mercado.

Se capacitará constantemente a través de los seminarios ofrecidos por la Cámara de Comercio de Guayaquil, ya que Eurotex es socio de dicha entidad.

Visitará las diferentes plantas de corrugado a nivel nacional facilitando a los clientes información y capacitación sobre el mejor uso de las bandas, a través de un muestrario de los productos y de los diferentes catálogos.

Estará en continua comunicación con el proveedor suministrando reportes sobre sus visitas técnicas y la situación financiera de cada cliente en caso que hubiese algún déficit que pudiera poner en riesgo las líneas de crédito.

Al momento que el cliente paga la factura de cada pedido el proveedor Mühlen Sohn procede a cancelar el pago de comisiones del 20% del total de factura a Eurotex, luego Eurotex procede a cancelar un 15% de comisión al vendedor.

4.1.4. Política de pedidos.

Los pedidos son aprobados por las Gerencias Comerciales de cada Planta corrugadora en base a las Proformas de MÜEHLLEN que son presentadas por EUROTEx.

La orden de compra oficial es enviada a Alemania tras lo cual el fabricante emite la Confirmación de Venta y comienza el proceso de producción.

Transcurrido el mismo – 6 u 8 semanas – el fabricante notifica que la banda se encuentra lista y empacada para ser retirada de sus bodegas.

El cliente selecciona al agente naviero de su preferencia e instruye al mismo sobre la recogida de la mercadería.

Los documentos de embarque son elaborados por MÜEHLEN quien envía los mismos a EUROTTEX luego de recibir los originales de los Conocimiento de Embarque.

EUROTTEX entrega los documentos al cliente tras su revisión y el cliente comienza el trámite de desaduanización.

EUROTTEX no es importador. EUROTTEX no se encarga de los trámites de importación ni de la desaduanización de la mercadería.

Todos estos trámites y rubros, corren por cuenta y responsabilidad del cliente directamente.

4.1.5. Política crédito y cobranza.

MÜEHLEN es quien otorga crédito directo a cada cliente. EUROTTEX no financia ninguna operación. Sin embargo, es responsabilidad de EUROTTEX el mantener informado al proveedor sobre la situación financiera real del cliente. Para ello, se reúne con los Gerentes Financieros y solicita información actualizada en base a los estados financieros.

El plazo máximo que ofrece MÜEHLEN es de 60 días desde la fecha del Conocimiento de Embarque.

No se firman Letras de Cambio. Los clientes al vencimiento del plazo, realizan transferencias bancarias directamente a las cuentas de MÜEHLEN. Una copia del Swift es enviada a EUROTTEX como comprobante del pago realizado.

4.1.6. Garantías.

En general MÜEHLEN no da ningún tipo de garantía en la vida útil de sus productos ya que hay una diversidad de variables que tienen influencia que están más allá del control del fabricante.

Bajo condiciones adecuadas de la máquina y mantenimiento de la lona de acuerdo a los manuales, la vida útil de las lonas MÜHLEN son las siguientes:
AQUA Pull AE 1 millón metros lineales x metros de longitud de la banda

Estos números representan la vida útil promedio que MÜHLEN experimentó a nivel mundial.

La vida puede ser significativamente afectada en forma negativa por:

- tensión incorrecta de la banda
- La función incorrecta del sistema de presión
- Contaminación de la banda y el calentamiento placas
- Mal estado del tambor
- La función incorrecta de la guía de banda
- Mal estado del alimentador y regulador de cola o falta de ellos.
- Diferente velocidad entre ambas bandas
- Producción, - Producción de cartón pesado - El cambio frecuente de los anchos de papel - Calidad de papel - Calidad del pegamento

Todas estas posibles causales de pérdida de garantía, son explicadas por EUROTEx tanto a las Gerencias de Producción como a los operadores de máquinas.

4.1.7. Políticas de Ventas internas.

La empresa Eurotex por el momento no manejará política de ventas internas.

4.2. RELACIÓN CON LA MERCADOTECNIA

A través de la mercadotecnia se analizará la mejor manera de promocionar, vender y posicionar el producto entre las fábricas corrugadoras.

4.2.1. Producto y servicio.

MÜEHLEN ofrece bandas transportadoras tejidas para la corrugación de papel de la más alta calidad, confeccionadas en telares a base de hilos higroscópicos que ofrecen una mayor resistencia al desgaste y regulación de la humedad.

El servicio técnico lo ofrece directamente el representante local a través de visitas regulares a la planta.

Dos veces al año un ejecutivo de MÜEHLEN visitará el país y recorrerá en compañía del miembro de EUROTEx a todas las plantas corrugadoras con la finalidad de fortalecer los lazos comerciales y de escuchar personalmente cualquier comentario o novedad que tuvieran sus clientes.

4.2.2. Marca. -

El nombre de la marca es MÜHLEN SOHN

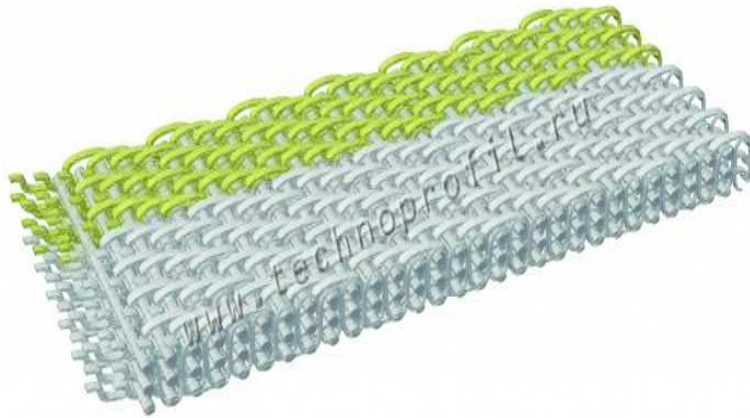
Tipo de la banda es AQUA PULL AE

Grafico No. 33 BANDA AQUA PULL AE



Elaborado por: Christian Mosquera Z

Grafico No. 34 Muestra del Tejido de la banda



Elaborado por: Christian Mosquera Z.

4.2.3. Slogan. -

“Tradición e Innovación”

4.2.4. Logotipo. -

Una vez que los árboles son talados, y llevados a la maderera, la madera se muele hasta quedar en pequeños pedazos que son calentados en un tanque con agua y químicos para producir la pulpa, los trozos separados de la celulosa que hacen el papel.

El logotipo de la compañía no sólo representa el apellido de la familia que fundó y sigue manteniendo la empresa, sino que además es la representación de los molinos de los que se obtiene la pulpa. Son dos molinos: uno grande que representa a los fundadores y uno pequeño que representa a su descendencia.

Grafico No. 35 Logo Mühlen Sohn



Elaborado por: Christian Mosquera Z

Grafico No. 36 Logo Eurotex
EUROTEX CIA.LTDA.
REPRESENTACIONES

Elaborado por: Christian Mosquera Z

4.2.5. Precio. -

MÜHLEN es quien establece los precios en base a costos de materia prima y de producción. Los precios se calculan por metro cuadrado de banda tejida, es decir, **total cuantía de m² x precio según tipo de banda.**

En las proformas que se presentan, el precio incluye el 20% de comisión para EUROTEX sobre cada venta realizada.

MÜEHLEN no iguala los precios de la competencia ya que la calidad del producto es diametralmente diferente, sin embargo, para aquellas empresas o grupos empresariales que tienen dos o tres plantas corrugadoras, ofrece descuentos especiales por compras corporativas.

4.2.6. Plaza.

El producto es de importación. No existe stock local ya que se ordena de manera individual según especificaciones de cada cliente.

No existe por lo tanto sistema de distribución.

La oficina del representante local, EUROTEX, está ubicada en Padre Aguirre 104 y Malecón 2000, Edificio El Fortín, Tercer Piso, Oficina 3.

Grafico No. 37 Oficina EUROTEx



Elaborado por: Christian Mosquera Z

La fábrica de MÜEHLEN está ubicada en Alemania, en Blaustein, Ulm.

Grafico No. 38 Fabrica de Mühlen Sohn



Elaborado por: Christian Mosquera Z

4.2.7. Promoción y publicidad.

La promoción y publicidad se realizará de manera conjunta entre fabricante y representante, a través de diferentes medios como: catálogos, material publicitario como camisetas, plumas, llaveros colgantes, etc. con el logo del fabricante.

Además, en medios de comunicación impresa participará en la Revista BANANA EXPORT que es dirigida al sector cartonero del país, será a través de un banner grande con el logo tipo de Mühlen Sohn- Eurotex y sus productos a ofrecer.

Grafico No. 39 Revista Banana Export



Elaborado por: Christian Mosquera Z

Tabla No. 30 Publicidad Revista Banana Export

PUBLICIDAD	MEDIO	CANTIDAD	MES	COSTO X UNIDAD	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO EUROTEX
MARKETING EN REVISTAS NACIONALES Y WEB	REVISTA BANANA EXPORT	4 ANUNCIOS	MARZO-JUNIO-SEPTIEMBRE-DICIEMBRE	\$ 500,00	\$ 2.240,00	\$ 672,00
TOTAL					\$ 2.240,00	\$ 672,00

Nota: Eurotex participara con un 30% total de los costos en publicidad, el 70% asumira el fabricante Muhlen Sohn, según previo convenio.

Fuente: Banana Export

Tabla No. 31 Presupuesto Materiales POP

PROMOCION	DESCRIPCION	CANTIDAD	MES	COSTO	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO EUROTEx
MATERIAL POP	DESTAPADORES BOTELLA	100	OCTUBRE- DICIEMBRE	\$ 1,50	\$ 150,00	\$ 45,00
	CAMISETAS	100		\$ 3,00	\$ 300,00	\$ 90,00
	GORRAS	100		\$ 2,50	\$ 250,00	\$ 75,00
	PLUMAS	200		\$ 0,85	\$ 170,00	\$ 51,00
				TOTAL	\$ 870,00	\$ 261,00
Nota: Eurotex participara de un 30% total de los costos en publicidad, el 70% asumira el fabricante Muhlen Sohn, según previo convenio.						
Precios Incluyen el Iva.						

Elaborado por: Christian Mosquera Z

Grafico No. 40 Materiales POP



Elaborado por: Christian Mosquera Z

En la feria del ACCSSA (Asociación de Corrugadores del Caribe, Centro y Sudamérica) que se lleva a cabo una vez anualmente en diferentes países miembros de la Asociación, MÜEHLEN participa mediante un stand y uno de sus miembros realiza una conferencia a los presentes sobre los nuevos desarrollos, aquí cada representante comercial de cada país viaja para asistir a este evento, donde regularmente asisten los clientes cartoneros a nivel nacional e internacional.

Grafico No. 41 Stand Muehlen Sohn ACCCSA



Elaborado por: Christian Mosquera Z

Tabla No. 32 Presupuesto ACCCSA

MARKETING	DESCRIPCION	CANTIDAD	MES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO EUROTEx
PARTICIPACION ANUAL AL ACCCSA (ASOCIACION DE CORRUGADORES DEL CARIBE, CENTRO Y SUR AMERICA) MUEHLEN SOHN PARTICIPA ANUALMENTE CON STAND Y OFRECE 1 SEMINARIO TECNICO Y DE MANTENIMIENTO DE BANDAS A SUS ASISTENTES	BOLETO AEREO A DESTINO	1	SEPTIEMBRE	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00
	ENTRADA AL ACCCSA	1		\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
	ESTADIA HOTEL	3		\$ 130,00	\$ 390,00	\$ 390,00
	VIATICOS	3		\$ 80,00	\$ 240,00	\$ 240,00
NOTA: EUROTEx SE HACE CARGO DEL TOTAL DE ESTE COSTO PRECIOS INCLUYEN IVA				TOTAL	\$ 2.230,00	\$ 2.230,00

Elaborado por: Christian Mosquera Z

Tabla No. 33 Presupuesto Foro Internacional del Banano

PUBLICIDAD	MEDIO	CANTIDAD	MES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO EUROTEx
PARTICIPACION ANUAL AL FORO INTERNACIONAL DEL BANANO (ASOCIACION DE EXPORTADORES DE BANANO DEL ECUADOR), EUROTEx Y MUEHLEN SOHN PARTICIPARA ANUALMENTE CON STAND PROMOCIONAL	STAND	1	OCTUBRE	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 1.200,00
				TOTAL	\$ 4.000,00	\$ 1.200,00
Nota: Eurotex participara con un 30% total de los costos en publicidad, el 70% asumira el fabricante Muhlen Sohn, según previo convenio.						

Fuente: A.E.B.E

Tabla No. 34 Total Gastos Publicitarios Eurotex

TOTAL GASTOS REPRESENTATIVOS ANUALES DE EUROTEx	
REVISTA LA BANANA EXPORT	\$ 672,00
MATERIAL POP	\$ 261,00
PRECIO APROXIMADO EVENTO ACCCSA	\$ 2.336,80
A.E.B.E	\$ 1.200,00
TOTAL	\$ 4.469,80

Elaborado por: Christian Mosquera Z

CAPITULO V ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

5.1. Determinación de la inversión inicial.

- **Inversión**

La inversión total que el plan de negocios necesita para introducir al mercado el nuevo tipo de banda AQUA PULL AE de la marca Mühlen Sohn es de US\$4.469,80 anuales durante los próximos 5 años en lo que respecta al plan de publicidad, además se invertirá en los equipos técnicos que tiene Mühlen Sohn para poder ofrecer localmente el servicio técnico a todos los clientes y así el cliente pueda tener una mano de obra más económica y atención técnica más eficaz, esta inversión será solo durante 1 año por un valor total de US\$5,000, pues los equipos pertenecerán a Eurotex.

Tabla No. 35 Inversión total 2016 EUROTEx

TOTAL INVERSION 2016 DE EUROTEx		
PLAN DE MARKETING	\$	4.469,80
EQUIPOS ESPECIALES MS	\$	5.000,00
TOTAL	\$	9.469,80

Elaborado por: Christian Mosquera Z

Tabla No. 36 inversión Total Publicitaria anual (5 años)

TOTAL INVERSION PUBLICITARIA ANUAL -EUROTEx (5 AÑOS)		
REVISTA LA BANANA EXPORT	\$	672,00
MATERIAL POP	\$	261,00
PRECIO APROXIMADO EVENTO ACCCSA	\$	2.336,80
PARTICIPACION FORO BANANO A.E.B.E	\$	1.200,00
TOTAL	\$	4.469,80

Elaborado por: Christian Mosquera Z

5.2. Fuentes de Financiamiento

La inversión requerida para poner en marcha este plan de negocios será financiado a través de una fuente de recursos propios de la empresa Eurotex.

5.3. Presupuesto de Ingresos y Gastos

El plan de negocios obtendrá ingresos por medio de la venta de bandas transportadoras de cartón, por cada venta fob, Mühlen Sohn pagará una comisión del 20% a la empresa Eurotex, la transferencia se realizará cuando cada cliente realice el pago de su respectiva factura.

Se espera que el primer año Eurotex obtenga un crecimiento del 64% el primer año de la ejecución del plan de negocios.

Según el histórico de ventas de la empresa Eurotex con la línea Mühlen Sohn, la última venta registrada fue en el año 2014 por un total de US\$65,105 representado en comisiones por un total de US\$13,021.

Eurotex espera vender el primer año una venta bruta de US\$106.733,80 representado en comisión e ingreso directo a Eurotex por un valor de US\$21.346,76.

Los precios planteados serán fijos por parte del proveedor Mühlen Sohn según tipo de cliente, pues hay clientes que tienen más de una cartonera y funcionan como grupo empresarial, lo cual se aprovechara para ofrecer mejor precios por volumen de compra, como es el caso del grupo Cartopel el cual cuentan con tres plantas a nivel nacional, de igual forma el grupo Surpapel cuenta con dos plantas a nivel nacional y la empresa Industria Cartonera Ecuatoriana cuenta con una planta pero con dos máquinas corrugadoras, es decir como si tuviera dos plantas.

Tabla No. 37 Categorización de precios por tipo de clientes

CATEGORIZACION PRECIOS POR CLIENTES				
CLIENTE	TIPO	PRECIO X TOTAL MTS2	CUANTIA TOTAL MTS2	PRECIO FOB \$
CARTOPEL	AAA	\$ 215,00	116,38	\$ 25.021,70
ESURSA	AAA	\$ 215,00	122,88	\$ 26.419,20
ONDUTEC	AAA	\$ 215,00	116,38	\$ 25.021,70
PROCARSA	AA	\$ 245,00	171,33	\$ 41.975,85
INCARPALM	AA	\$ 245,00	127,46	\$ 31.227,70
ICE (2 MAQUINAS)	AA	\$ 245,00	150/163 MTS2	\$ 76.685,00
CRANSA	A	\$ 285,00	122	\$ 34.770,00
PANASA	A	\$ 285,00	117,65	\$ 33.530,25
CARTORAMA	A	\$ 285,00	127,46	\$ 36.326,10

Elaborado por: Christian Mosquera Z

Tabla No. 38 Proyección de ventas anuales de Eurotex (Unidades)

PROYECCION TOTAL DE VENTAS ANUAL DE EUROTEx CIA.LTDA -MUHLEN (SEGÚN UNIDADES)					
CLIENTES	2016	2017	2018	2019	2020
CARTOPEL		1 JUEGO BANDAS	1 JUEGO BANDAS	1 JUEGO BANDAS	1 JUEGO BANDAS
CARTORAMA				1 JUEGO BANDAS	1 JUEGO BANDAS
PROCARSA	1 JUEGO BANDAS	1 JUEGO BANDAS	1 JUEGO BANDAS	1 JUEGO BANDAS	1 JUEGO BANDAS
ICE			1 JUEGO BANDAS	1 JUEGO BANDAS	2 JUEGO BANDAS
PANASA	1 JUEGO BANDAS	1 JUEGO BANDAS	1 JUEGO BANDAS	1 JUEGO BANDAS	1 JUEGO BANDAS
ESURSA		1 JUEGO BANDAS	1 JUEGO BANDAS	1 JUEGO BANDAS	1 JUEGO BANDAS
INCARPALM	1 JUEGO BANDAS	1 JUEGOS DE BANDAS	1 JUEGO BANDAS	1 JUEGO BANDAS	1 JUEGO BANDAS
ONDUTEC				1 JUEGO BANDAS	1 JUEGO BANDAS
CRANSA			1 JUEGO BANDAS	1 JUEGO BANDAS	1 JUEGO BANDAS

Elaborado por: Christian Mosquera Z

Tabla No. 39 Proyección ventas anuales de Eurotex (Dólares)

PROYECCION TOTAL DE VENTAS ANUAL DE EUROTEx CIA.LTDA -MUHLEN (SEGÚN VALORES \$)					
CLIENTES	2016	2017	2018	2019	2020
CARTOPEL		\$ 25.021,70	\$ 25.021,70	\$ 25.021,70	\$ 25.021,70
CARTORAMA				\$ 36.326,10	\$ 36.326,10
PROCARSA	\$ 41.975,85	\$ 41.975,85	\$ 41.975,85	\$ 41.975,85	\$ 41.975,85
ICE			\$ 39.935,00	\$ 36.750,00	\$ 76.685,00
PANASA	\$ 33.530,25	\$ 33.530,25	\$ 33.530,25	\$ 33.530,25	\$ 33.530,25
ESURSA		\$ 26.419,20	\$ 26.419,20	\$ 26.419,20	\$ 26.419,20
INCARPALM	\$ 31.227,70	\$ 31.227,70	\$ 31.227,70	\$ 31.227,70	\$ 31.227,70
ONDUTEC				\$ 25.021,70	\$ 25.021,70
CRANSA			\$ 34.770,00	\$ 34.770,00	\$ 34.770,00
TOTAL VENTAS NETAS POR AÑO	\$106.733,80	\$ 158.174,70	\$ 232.879,70	291.042,50	\$ 330.977,50
TOTAL INGRESOS EUROTEx	\$21.346,76	\$ 31.634,94	\$ 46.575,94	\$58.208,50	\$66.195,50

Elaborado por: Christian Mosquera Z

5.4. Presupuestos de Gastos

Dentro de este rubro se ha presupuestado lo siguiente: servicio internet, alícuotas del parqueo edificio, alícuotas de oficina, cuerpo de bomberos, fondos de reserva del IESS, aportes del IESS, gastos de movilización, luz, agua, teléfono, cámara comercio, prestación medica privada, sueldos, suministros oficina y servicios telefonía.

Del total generado en gastos por Eurotex, tanto mensual como anual solo el 20% será participación de la línea Mühlen Sohn, pues como se mencionó anteriormente en el proyecto, la línea Mühlen Sohn tiene una participación del 20% en relación a todas las líneas que Eurotex maneja.

Tabla No. 40 Gastos Administrativos mensuales de Eurotex

GASTOS ADMINISTRATIVOS MENSUALES DE EUROTEx CIA.LTDA			
RUBRO	DESCRIPCION	EGRESO MENSUAL	MUHLEN 20%
SATELCOM	INTERNET	\$ 73,00	\$ 14,60
EDIFICIO PARQUEO FORTIN	ALICUOTA PARQUEOS	\$ 225,17	\$ 45,03
EDIFICIO EL FORTIN	ALICUOTA OFICINA	\$ 190,58	\$ 38,12
CUERPO BOMBEROS	RENOVACION	\$ 96,60	\$ 19,32
IESS	FONDO RESERVA	\$ 702,16	\$ 140,43
IESS	APORTES	\$ 1.820,70	\$ 364,14
GASTOS MOVILIZACION	TRANSPORTE	\$ 400,00	\$ 80,00
ELECTRICA DE GUAYAQUIL	PLANILLA LUZ	\$ 166,20	\$ 33,24
CAMARA COMERCIO	CUOTA TRIMESTRAL	\$ 60,00	\$ 12,00
ECUASANITAS	MEDICINA PREPAGDA	\$ 854,41	\$ 170,88
CNT	PLANILLAS TELEFONO	\$ 163,66	\$ 32,73
WALTER LOPEZ	SERVICIO TECNICO MUHLEN SOHN	\$ 140,00	\$ 28,00
QUECOLOOR	COMPRA TONER	\$ 89,35	\$ 17,87
MONICA AGUIRRE	SUELDO	\$ 500,00	\$ 100,00
MARJORIE MORA	SUELDO	\$ 500,00	\$ 100,00
LEONIDAS LEON	SUELDO	\$ 450,00	\$ 90,00
CHRISTIAN MOSQUERA	SUELDO	\$ 700,00	\$ 140,00
LETICIA DE MOSQUERA	SERVICIOS PREST Y GASTOS REPRES	\$ 2.346,00	\$ 469,20
SONIA COLLIN	SERVICIOS PREST Y GASTOS REPRES	\$ 2.346,00	\$ 469,20
CONECEL	CELULARES	\$ 226,22	\$ 45,24
		\$ 12.050,05	\$ 2.410,01

Elaborado por: Christian Mosquera Z

Tabla No. 41 Gastos Administrativos anual de Eurotex

GASTOS ADMINISTRATIVOS ANUAL DE EUROTEx CIA.LTDA			
RUBRO	DESCRIPCION	EGRESO ANUAL	MUHLEN 20%
SATELCOM	INTERNET	\$ 876,00	\$ 175,20
EDIFICIO PARQUEO FORTIN	ALICUOTA PARQUEOS	\$ 2.702,04	\$ 540,41
EDIFICIO EL FORTIN	ALICUOTA OFICINA	\$ 2.286,96	\$ 457,39
CUERPO BOMBEROS	RENOVACION	\$ 1.159,20	\$ 231,84
IESS	FONDO RESERVA	\$ 8.425,92	\$ 1.685,18
IESS	APORTES	\$ 21.848,40	\$ 4.369,68
GASTOS MOVILIZACION	TRANSPORTE	\$ 4.800,00	\$ 960,00
ELECTRICA DE GUAYAQUIL	PLANILLA LUZ	\$ 1.994,40	\$ 398,88
CAMARA COMERCIO	CUOTA TRIMESTRAL	\$ 720,00	\$ 144,00
ECUASANITAS	MEDICINA PREPAGDA	\$ 10.252,92	\$ 2.050,58
CNT	PLANILLAS TELEFONO	\$ 1.963,92	\$ 392,78
WALTER LOPEZ	SERVICIO TECNICO MUHLEN SOHN	\$ 1.680,00	\$ 336,00
QUECOLOOR	COMPRA TONER	\$ 1.072,20	\$ 214,44
MONICA AGUIRRE	SUELDO	\$ 6.000,00	\$ 1.200,00
MARJORIE MORA	SUELDO	\$ 6.000,00	\$ 1.200,00
LEONIDAS LEON	SUELDO	\$ 5.400,00	\$ 1.080,00
CHRISTIAN MOSQUERA	SUELDO	\$ 8.400,00	\$ 1.680,00
LETICIA DE MOSQUERA	SERVICIOS PREST Y GASTOS REPRES	\$ 28.152,00	\$ 5.630,40
SONIA COLLIN	SERVICIOS PREST Y GASTOS REPRES	\$ 28.152,00	\$ 5.630,40
CONECCEL	CELULARES	\$ 2.714,64	\$ 542,93
		\$ 144.600,60	\$ 28.920,12

Elaborado por: Christian Mosquera Z

5.5. Factibilidad Financiera

- **Valor Actual Neto (VAN)**

El VAN es un método utilizado para evaluar las propuestas de las inversiones de capital, mediante la determinación del valor presente de los flujos futuros de efectivo descontado a la tasa de descuento exigida por la empresa.

En este escenario resulta viable ejecutar el proyecto, puesto que el VAN es de 89.415,94.

- **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

La TIR es la tasa de interés que convierte en cero el valor actual neto de los flujos del proyecto, esto equivale a decir que la TIR encuentra el rendimiento anual (promedio) de la inversión.

De acuerdo al criterio de la tasa interna de retorno el plan de negocio es viable si esta tasa es igual o superior a la tasa de rentabilidad exigida por el inversionista.

En este escenario resulta viable ejecutar el proyecto, puesto que la TIR es del 59% y la tasa exigida del proyecto es del 12%.

Tabla No. 42 Flujo de Caja del Proyecto

	FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
	TASA	AÑO 0	2016	2017	2018	2019	2020
INGRESOS			\$ 21.346,76	\$ 31.634,89	\$ 46.575,89	\$ 53.841,11	\$ 66.195,50
PUBLICIDAD			\$ 4.469,80	\$ 4.469,80	\$ 4.469,80	\$ 4.469,80	\$ 4.469,80
GASTOS ADM. Y VENTAS			\$ 28.920,12	\$ 28.920,12	\$ 28.920,12	\$ 28.920,12	\$ 28.920,12
COMISIONES			\$ 3.202,01	\$ 4.745,23	\$ 6.986,38	\$ 8.076,17	\$ 9.929,33
UTILIDAD ANTES DE DISTRIBUCIÓN Y RENTA			-\$ 15.245,17	-\$ 6.500,26	\$ 6.199,59	\$ 12.375,02	\$ 22.876,25
			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
IMPUESTO A LA RENTA	0,22		-\$ 3.353,94	-\$ 1.430,06	\$ 1.363,91	\$ 2.722,50	\$ 5.032,78
UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTO			-\$ 11.891,23	-\$ 5.070,20	\$ 4.835,68	\$ 9.652,52	\$ 17.843,48
							\$ 148.695,63
INVERSION DE REEMPLAZO					0,00		0,00
INVERSIÓN INICIAL							
INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO							
FLUJO DE CAJA		(9469,80)	(11891,23)	(5070,20)	4835,68	9652,52	166539,10
FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO		(9469,80)	(10617,17)	(4041,93)	3441,94	6134,35	94498,76
TASA EXIGIDA AL PROYECTO	12%						
VAN	89.415,94						
TIR	59%						

Elaborado por: Christian Mosquera Z

CAPÍTULO VI: RESPONSABILIDAD SOCIAL

6.1. Base Legal

La exportación es el tráfico de bienes o servicios de manera legal fuera de las fronteras de un país hacia otro. Todos conocemos que Ecuador es un país exportador de petróleo, siendo éste el mayor ingreso para sostener la economía del Estado. Sin embargo, existen adicionalmente, muchos otros productos con gran importancia para el desarrollo y la economía del país.

Tres de cada diez bananos consumidos a nivel mundial provienen de Ecuador. La producción de banano representa el 12% de la fuente de trabajo del país. Los principales mercados son Estados Unidos, La Comunidad Europea, Rusia, Países del Este, Nueva Zelanda, Japón, Argentina, Chile.

De igual manera, las flores ecuatorianas son altamente apreciadas en mercados internacionales al igual que diferentes otras frutas como el mango, maracuyá y piñas.

La calidad del producto exportado debe cumplir con los estándares y normas internacionales de calidad e higiene que certifiquen cada producto como apto para el consumo humano y que al mismo tiempo garanticen su resistencia a las largas travesías marítimas y/o aéreas.

Ganar un lugar preferencial en el mercado internacional no es fácil. Por ello, Ecuador siempre está en búsqueda de convenios con los principales mercados para lograr obtener ventajas que favorezcan no sólo la economía del país, sino que faciliten las vías de crecimiento en otras áreas.

Así, por ejemplo, desde el 2014 Ecuador trata de lograr que el ingreso de su banano a la Comunidad Europea llegue a los diferentes puertos de ingreso, pagando un valor menor al que pagan otros países. Se quiere lograr que se pague 75 euros por tonelada y no 100 euros como actualmente se cancela.

A pesar que el 2015 fue un año con resultados negativos para la exportación del Ecuador, el banano, dentro del rubro de las ventas tradicionales, fue uno

de los ganadores, con un alza de las exportaciones de 4,6% en volumen y 7,7% en valor, entre el 2015 y el 2014.

Este resultado favorable también incide de manera directa en la producción nacional de cajas corrugadas, es decir, el embalaje final que se utiliza para la exportación del banano y demás frutos o flores.

Las fábricas de cartón corrugado, deben garantizar al exportador, que podrán suministrarle no sólo un embalaje altamente resistente, sino que adicionalmente, las impresiones de sus logos, serán resistentes al frote y a los parámetros de humedad normales dentro de las cámaras de refrigeración de los buques de carga y/o a la presión dentro de los compartimientos de los aviones de carga.

El precio de una caja de banano para exportación está actualmente en los US\$ 6,16 y de este valor, el 20% corresponde al embalaje ya impreso, es decir, la caja corrugada. En Ecuador existen diez fábricas que ofrecen el embalaje a los exportadores nacionales y a las multinacionales que compran nuestro producto. La oferta es grande y para obtener un pedido o ganar un cliente multinacional, los precios deben ser altamente competitivos. Es por eso, que para las empresas corrugadoras, la velocidad en máquina de corrugado para lograr una mayor producción, la disminución de paradas de máquina, la reducción de desperdicio, son factores importantísimos para poder cumplir en tiempo real con los pedidos requeridos por los exportadores sin descuidar las exigencias de las normas internacionales. Es decir, la puntualidad en la entrega de los pedidos y la calidad del embalaje es tan importante como el producto que conserva y transporta en su interior.

6.2. Medio Ambiente.

Los seres vivos, el suelo, el agua, el aire, los objetos físicos fabricados por el hombre componen el medio ambiente. La conservación de éste es imprescindible para la vida sostenible de las generaciones actuales y de las venideras.

Podría decirse que el medio ambiente incluye factores físicos (como el clima y la geología), biológicos (la población humana, la flora, la fauna, el agua) y socioeconómicos (la actividad laboral, la urbanización, los conflictos sociales).

El impacto sobre el medio ambiente comenzó a ser mayor y más nocivo a medida que la población creció y aumentó su tecnología. La Revolución Industrial tuvo gran impacto debido a la explotación de recursos minerales y fósiles.

La contaminación ambiental se define como la presencia de *agentes químicos, físicos o biológicos en el ambiente que pueden tener efectos nocivos sobre la seguridad y salud de los seres vivos*, sean estos animales, flora o humanos. Se considera que el problema más serio del medio ambiente es la contaminación. La misma puede tener diversos orígenes, sean estos por las industrias o bien de origen doméstico.

Hemos anotado anteriormente que las bandas transportadoras están fabricadas por hilos especiales llamados higroscópicos. Es decir, son capaces de absorber agua en forma de vapor o de líquido y evitando de esa manera descargas electroestáticas que no sólo dañan los equipos electrónicos y eléctricos, sino que además pueden convertirse en focos de incendios.

Las bandas transportadoras del papel, deben ser lo menos contaminante posible para asegurar que el cartón que servirá de empaque a un alimento, no se vea afectado con residuos de ninguna clase de polímero que pudiera afectar al medio ambiente o la salud del consumidor.

Es además muy importante mencionar que las bandas son reciclables. Una vez que han terminado su vida útil en el corrugador, son cortadas a lo largo y se utilizan como correas en transportadores de menor tamaño para hojas de cartón ya corrugado.

6.3. Beneficiarios Directos e Indirectos del Plan del Buen Vivir.

El Buen Vivir es un principio constitucional basado en el 'Sumak Kawsay', que recoge una visión del mundo centrada en el ser humano, como parte de un entorno natural y social.

Es la búsqueda de la felicidad, pero la pobreza niega esa posibilidad. Es por eso que tener una fuente de trabajo que brinde los beneficios de ley, en un ambiente de trabajo que valore la importancia del cumplimiento de las normas de seguridad y que permita e impulse el desarrollo y la capacitación del trabajador está directamente relacionado con la meta del Buen Vivir.

Las plantas de cartón ofrecen trabajo a cientos de obreros brindándoles la oportunidad de capacitarse regularmente en los adelantos tecnológicos y éstos a su vez ofrecer a sus familias oportunidades necesarias para lograr la estabilidad que conlleva a la felicidad.

CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

- **Conclusiones**

Existe un importante mercado en Ecuador que puede beneficiarse ampliamente con la adquisición de este producto que les ofrece no sólo calidad, sino que además representa un importante ahorro a la empresa en términos de desperdicio y paradas de máquinas que también influyen en el consumo de energía eléctrica.

Si bien es cierto que el diferencial de precio con la actual competencia es un factor que puede influir en la decisión de compra de los clientes, es tarea del representante brindar toda la información al cliente para que pueda realizar un balance costo-beneficio que finalmente se vea reflejado en su producción final.

Las exportaciones del país actualmente están reprimidas, sin embargo, el mercado de exportación de banano está creciendo y tiene un aún mayor potencial de crecimiento gracias a acuerdos y convenios internacionales que se están dando entre Ecuador y los grandes mercados extranjeros. Es menester hacer una concientización a nivel industrial para que los parámetros de los estándares se cumplan con total responsabilidad y de esta manera ayudar al crecimiento del país.

- **Recomendaciones**

Ampliar la fuerza de venta a nivel nacional para llegar a todas las Gerencias de Producción y Generales mediante información actualizada sobre las nuevas tecnologías implementadas en los mercados internacionales.

Brindar seminarios a través de los cuales no sólo se informe sobre los beneficios de las bandas ofrecidas sino donde también se ofrezca soporte sobre los problemas comunes que diariamente enfrentan las plantas de corrugado.

Participar de manera activa en la Feria de ACCCSA invitando a todos los clientes a visitar el stand y a nutrirse con las conferencias que se brindan en todos los campos durante este evento.

Visitar de manera continua a cada cliente para brindarle todo el soporte necesario permitiéndole sentir que somos sus socios en cuanto a su crecimiento y fortalecimiento.

BIBLIOGRAFÍA

PORTER, M. (1947, Edición 2009) - Estrategia Competitiva. Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia / Madrid / Editorial Pirámide.

Munir, M. (2010). Comportamiento organizacional. En A. R. Kinike, Comportamiento Organizacional Teoría y Práctica.

Massuh, M. (2010). Fundamentos de administración. Guayaquil.

Macas, G. (2013). Cinco Países concentran el 60,5% de la exportación de banano. Guayaquil.

El Comercio. (2015). Preguntas Frecuentes sobre el acuerdo con la Unión Europea. Guayaquil.

El Universo. (2014). Ecuador y UE firman acuerdo comercial que esperan aplicar en 2016. Bruselas.

Ehlers, F. (2015). El Buen Vivir es sinónimo de felicidad. Madrid

Noboa, F. (Enero del 2006). "Examinando los fundamentos microeconómicos de la competitividad". EKOS, ECONOMÍA Y NEGOCIOS, No 141.

Bonta, P., & Mario, F. (2011). Definición de Mercado. libro "199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad".

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Recuperado el 12 de octubre del 2015, de Revista el Agro

<http://www.revistaelagro.com/2014/03/28/cinco-paises-concentran-el-695-de-la-exportacion-de-banano/>

Recuperado el 20 de octubre del 2015, de El Comercio.

<http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/preguntas-frecuentes-acuerdo-union-europea.html>

Recuperado el 20 de Enero del 2015, de El Universo.

<http://www.eluniverso.com/noticias/2014/12/12/nota/4334506/ecuador-ue-firman-acuerdo-comercial-que-esperan-aplicar-2016>

Recuperado el 15 de Diciembre del 2015, de Ecuador costa aventura.

<http://ecuadorcostaaventura.com/productos.html>

Recuperado el 15 de Diciembre del 2015, de Ecuador costa aventura.

<http://educacion.gob.ec/que-es-el-buen-vivir/>

Recuperado el 15 de Diciembre del 2015, de Ecuador costa aventura.

<http://www.eluniverso.com/noticias/2015/05/15/nota/4874011/freddy-ehlers-buen-vivir-es-sinonimo-felicidad>

Recuperado el 22 de Diciembre del 2015, de Ecuador costa aventura.

<http://www.eluniverso.com/noticias/2014/12/12/nota/4334506/ecuador-ue-firman-acuerdo-comercial-que-esperan-aplicar-2016>

ANEXOS

ANEXO # 1

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS GERENTES DE PLANTAS/ PRODUCCION DE LAS CARTONERAS ECUATORIANAS.

OBJETIVO: RECOLECTAR INFORMACION PARA CONOCER SI ES FACTIBLE INTRODUCIR UN NUEVO TIPO DE BANDA MUHLEN SOHN A LA INDUSTRIA CARTONERA.

- 1. ACTUALMENTE QUE MARCA DE BANDA UTILIZA**
 - A. MUHLEN
 - B. ALBANY
 - C. BRICQ
 - D. MARONI
 - E. OTRAS
- 2. ¿SU BANDA ACTUAL ES DE MATERIAL FIELTRO?**
 - A. SI
 - B. NO
- 3. ¿APROXIMADAMENTE CUANTOS MILLONES DE MTS LINEALES RECORREN POR AÑO?**
 - A. 20 MILLONES
 - B. 40 MILLONES
 - C. 60 MILLONES
 - D. MAS DE 60 MILLONES
- 4. ¿SU PROVEEDOR TIENE UN REPRESENTANTE COMERCIAL EN ECUADOR?**
 - A. SI
 - B. NO

- 5. ¿MENSUALMENTE CON QUE FRECUENCIA LOS VISITA SU PROVEEDOR ACTUAL DE BANDAS O SU REPRESENTANTE?**
- A. 1
 - B. 2
 - C. 3 o mas
 - D. Ninguna vez
- 6. ¿SU PROVEEDOR ACTUAL DE BANDAS REALIZA CAPACITACIONES DIRIGIDOS SU PERSONAL?**
- A. SI
 - B. NO
- 7. ¿ESTA TOTALMENTE SASTIFECHO CON EL SERVICIO POST VENTA QUE LES BRINDA SU ACTUAL PROVEEDOR DE BANDAS?**
- A. SI
 - B. NO
- 8. ¿CUANTOS MILLONES DE METROS LINEALES ACTUALMENTE LOGRAN RENDIR SUS BANDAS?**
- A. ENTRE 20 A 25 MILLONES
 - B. ENTRE 26 A 30 MILLONES
 - C. ENTRE 31 A 35 MILLONES
 - D. ENTRE 36 A 40 MILLONES
 - E. MAS de 40 MILLONES
- 9. ¿ESTA SASTIFECHO CON EL RENDIMIENTO QUE ESTA OBTENIENDO CON LAS ACTUALES BANDAS?**
- A. SI
 - B. NO
- 10. ¿SELECCIONE UNA DE LAS SIGUIENTES FORMAS DE PAGO QUE LE OFRECE SU ACTUAL PROVEEDOR DE BANDAS?**
- A. PAGO 100% ANTICIPADO ANTES EMBARQUE
 - B. 30% ANTES PRODUCIR Y SALDO ANTES EMBARQUE
 - C. CREDITO 30 DIAS FECHA B/L
 - D. CREDITO 60 DIAS FECHA B/L
 - E. CREDITO 90 DIAS FECHA B/L

11. ¿ACTUALMENTE CUENTA CON UN STOCK DE BANDAS?

- A. SI MUHLEN
- B. SI ALBANY
- C. SI BRICQ
- D. SI MARONI
- E. SI OTRA MARCA
- F. NO TENGO STOCK

12. CUANTO TIEMPO ESTIMADO SU PROVEEDOR TARDA EN FABRICAR Y/O DESPACHAR LAS BANDAS A SU PLANTA?

- A. ENTRE 4-5 SEMANAS LUEGO COLOCAR LA OC
- B. ENTRE 7-8 SEMANAS LUEGO DE COLOCAR LA OC
- C. MAS DE DOS MESES LUEGO DE COLOCAR LA OC

13. ¿CUANTOS MILLONES DE MTS LINEALES LE GARANTIZA SU PROVEEDOR DURABILIDAD DE CADA BANDA?

- A. 20 MILLONES MTS LINEALES
- B. 30 MILLONES MTS LINEALES
- C. 35 MILLONES MTS LINEALES
- D. 40 MILLONES MTS LINEALES

14. QUE TIPO DE GARANTIA LE OFRECE SU PROVEEDOR EN CASO QUE LA LONA NO LOGRE CUMPLIR CON LOS MILLONES DE MTS LINEALES ACORDADOS; SELECCIONE UNA DE LAS SIGUIENTES OPCIONES:

- A. DESCUENTO EN PROXIMA COMPRA CALCULANDO LOS MILLONES DE METROS NO LOGRADOS DE LA BANDA.
- B. REPOSICION TOTAL DE UNA BANDA NUEVA.
- C. REPARACION DE BANDA SIN COSTO.
- D. NO OFRECE GARANTIA SIN COSTO.

15. CUAL CREE USTED LA RAZON MAS INFLUYENTE AL MOMENTO DE TOMAR UNA DECISION DE COMPRA ESPECIFICAMENTE DE ESTE PRODUCTO, SELECCIONE SOLO UNA.

- A. PRECIOS Y CREDITO
- B. CALIDAD Y RENDIMIENTO
- C. SERVICIO POST VENTA

16. SEGÚN LOS SIGUIENTES RANGOS, APROX. CUANTO ESTAN PAGANDO POR SU ACTUAL JUEGO DE BANDAS

- A. ENTRE 20,000 -24,0000
- B. ENTRE 250000 – 29000
- C. ENTRE 30,000 - 35,000
- D. ¿MAS DE 35,000?

17. ESTARIA DISPUESTO EN CAMBIAR DE PROVEEDOR POR UNO QUE LE BRINDE UNA CALIDAD SUPERIOR EN PRODUCTO Y SERVICIO REFLEJANDO AUMENTO EN SU PRECIO ACTUAL?

- A. SI
- B. NO

18. ¿ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR UN VALOR APROX. \$285 x CUANTÍA TOTAL DE MTS2 POR CADA BANDA, QUE LE BRINDE OBTENER MAYOR RENDIMIENTO QUE LA ACTUAL BANDA?

- A. SI
- B. NO

ANEXO # 2



Fecha:

REPORTE DE VISITA

Cliente:

Maquina:

Velocidad promedio de producción:

Sistema de presión:

Ancho máximo de producción:

Ancho medio de producción:

Gramaje del papel:

Tipos de flautas:

Banda superior

Fabricante / Tipo:

Fecha de montaje:

Millones de metros lineales trabajados:

Reserva / Fabricante:

Fecha estimada de cambio:

Estado actual de la grabación:

Espesura:

Permeabilidad:

Sistema de tensión:



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Mosquera Zwirner Christian Andres, con C.C: # 0916529993 autor/a del trabajo de titulación: Plan de negocios para introducir un nuevo producto e incrementar las ventas del producto bandas transportadoras de carton en la empresa Eurotex previo a la obtención del título de **INGENIERO EN ADMINISTRACION DE VENTAS** 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, 22 de Febrero de 2016

f. _____
Nombre: Mosquera Zwirner Christian Andres
C.C: 0916529993

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Plan de negocio para introducir un nuevo producto e incrementar las Ventas del producto bandas transportadoras de carton en la empresa Eurotex.		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Mosquera Zwirner, Christian Andres		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Cornejo Robayo, Jazmin Angelica		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Ingeniería en Administracion de Ventas		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Administracion de Ventas		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	22 de Febrero de 2016	No. DE PÁGINAS:	74
ÁREAS TEMÁTICAS:	Representacion, Introduccion, comercailizacion, ventas		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	BANDAS TRANSPORTADORAS DE CARTON, MATERIAL TEJIDA, AQUA PULL AE		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>El presente plan de negocios detalla la introducción del nuevo tipo de Bandas Transportadoras de Cartón del fabricante Muhlen Sohn dedicada a industria cartonera a través de la empresa Eurotex quien es el representante exclusivo en Ecuador encargado de generar las ventas en el mercado ecuatoriano.</p> <p>Desde el 2014 Eurotex no logra vender una banda por lo cual se realizará el presente plan de negocio para buscar estrategias que logren la forma mas indicada de introducir el nuevo tipo de banda AQUA PULL AE y lograr incrementar las ventas en la empresa para captar el mercado total. La investigación de mercado señalo condiciones de mercado favorables porque la exportación de cajas de banano han aumentado durante los últimos años lo cual es un indicador de que la producción de cajas se incrementa, lo cual significa que cada planta cartonera necesitara de una banda con mayor durabilidad.</p> <p>En el capitulo del producto y servicio se estableció las características diferenciadoras de cada uno de los productos ofrecidos, como las fortalezas del producto nuevo y las debilidades de la competencia activa.</p> <p>Se estableció fortalecer el servicio técnico ofreciendo atención local evitando que el cliente tenga que esperar mas tiempo para que un técnico del exterior pueda asistir al igual que el cliente tendrá un ahorro, pues la mano de obra y otros viáticos tienen un costo menor que al de un extranjero, esto será importante para reactivar el mercado y generar ventas, además de un plan para ajustar precios a las empresas que tienen mas de una planta cartonera.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON	Teléfono: +593-4-	E-mail: christianmosquera89@hotmail.com	



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



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



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

AUTOR/ES:	2560531 / 0994503867
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Mariela Sempertegui Cali
	Teléfono: +593-4-2209207 ext 5046
	E-mail: mariela.sempertegui@cu.ucsg.ec

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA	
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/123456789/3903