



Universidad del Azuay

**Facultad de Ciencias de La
Administración**

Escuela de Administración de Empresas

**“Estrategia de Marketing de Desarrollo de
Producto (Local Comercial: Ofertodo)
orientado al Mercado del Cantón La
Troncal”**

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de:

Ingeniero comercial

Autor: Jaime Esteban Astudillo Ramos

Director: Ing. José Erazo Soria

**Cuenca, Ecuador
2006**

DEDICATORIA

A Dios por darme la vida y bendecirme todos los días de mi existencia

A mi Esposa por su amor, paciencia y su apoyo para culminar mis estudios

A mis Padres por su apoyo incondicional y su confianza depositada en mí

A mis Abuelos quienes siempre estuvieron ahí para darme un consejo

A toda mi otra familia los floripondios quienes fueron todo un soporte para mi

Y de manera muy especial a quien va dirigida este logro

A mi hermosa y adorable hija por permitirme ser el padre de ella y haberme

dado toda esa fuerza para plasmar este logro que es de todos

Esteban

AGRADECIMIENTOS

Mil gracias a toda mi familia, en especial a mi esposa e hija que sin el apoyo de ellas no hubiera podido alcanzar mi meta, a mis padres por haberme dado la mejor herencia que se le puede dar a un hijo y por haberme brindado todo el apoyo en todos los aspectos, a toda mi familia política quienes supieron comprender mis metas y apoyarme en momentos difíciles y cuidar de ellas en mi ausencia, ya que no hubiera podido culminar mi curso de graduación, a mis compañeros de quienes aprendí muchas cosas, a la Universidad del Azuay por haberme aceptado y permitirme formarme como todo un profesional, a mis profesores quienes aportaron de la mejor manera con sus conocimientos, a mis profesores de la Universidad de Buenos Aires en Argentina, quienes a más de ser excelentes profesores son excelentes personas, que hicieron que me sienta como en casa, al Ing. José Erazo mi director de tesis quien aportó de gran manera con sus conocimientos y supo guiarme con éxito para la culminación de la investigación y a todos quienes de una u otra manera me ayudaron a cumplir este sueño del cual no me olvidaré jamás, y no olviden que yo no hubiera podido llegar a la cima sin el apoyo de todos ustedes, en verdad les doy mil gracias por todo.

Esteban.

RESPONSABILIDAD

Las ideas y criterios expuestos que surgirán en el presente ensayo como propias son de exclusiva responsabilidad de:

Jaime Esteban Astudillo Ramos

INDICE

DEDICATORIA -----	I
AGRADECIMIENTOS -----	II
RESPONSABILIDAD -----	III
INDICE -----	IV
RESUMEN -----	VI
ABSTRACT -----	VII
INTRODUCCION -----	1
CAPITULO 1 -----	3
1. 1 LA EMPRESA -----	3
1. 2 DETECCION DE LA NECESIDAD -----	3
1. 3 DEFINICION DEL PROBLEMA -----	5
1. 4 BUSQUEDA DE INFORMACION -----	7
1.4.1 INVESTIGACION INDIRECTA -----	7
1.4.2 INVESTIGACION DIRECTA -----	8
1.5 GENERACION DE POSIBLES SOLUCIONES -----	16
CAPITULO 2 -----	17
2.1 VALUACION FÍSICA -----	18
2.1.1 TECNOLOGIA NECESARIA -----	18
2.1.2 UBICACIÓN E INFRAESTRUCTURA NECESARIA -----	18
2.1.3 DISTRIBUCION FÍSICA Y MERCHANDISING -----	19
2.2 VALUACION ECONOMICA -----	20
2.2.1 RELACIÓN COSTO BENEFICIO -----	21
2.2.2 FORMULACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO -----	21
2.3 VALUACION FINANCIERA -----	23
2.3.1 FUENTES DE FINANCIAMIENTO -----	23
2.3.2 RACIONALIZACION DE LOS RECURSOS PRODUCTIVOS -----	23
2.4 VALUACION SOCIAL -----	24
2.4.1 GENERACION DE FUENTES DE EMPLEO -----	24
2.4.2 IMPACTO SOCIO-ECONOMICO -----	25
2.5 CONFIGURACION DE LA SOLUCIÓN VIABLE -----	25
CAPITULO 3 -----	27
3.1 ANALISIS DE ESTABILIDAD -----	27
3.2 ANALISIS DE SENSIBILIDAD -----	28
3.3 ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACION -----	29

<i>Conclusiones</i>	33
<i>Recomendaciones</i>	34
<i>Bibliografía</i>	35

RESUMEN

Luego de haber adquirido los conocimientos en La Universidad del Azuay; y, para cumplir con el requisito previo al título de Ingeniero Comercial, he creído conveniente realizar el desarrollo de un producto “Local Comercial Ofertodo”, el mismo que tiene el siguiente esquema:

Generalidades y análisis preliminar

En donde se abordó a la empresa como tal, su situación actual y lo que se pretende en un futuro, a su vez se definió el problema que me impulso a implementar este negocio, lo que dio paso a plantear posibles soluciones.

Valuaciones para el desarrollo de producto

En este capítulo se analiza como distribuir y racionalizar de la mejor manera los recursos, a más de esto se permitió demostrar que el negocio es rentable, también el gran aporte que se da a la población generando fuentes de empleo y lo más importante aportando al crecimiento económico de la zona.

Fuerzas de posicionamiento en el mercado.

Este capítulo me ayudó a ver cuales son las mejores estrategias para posicionar los productos en el mercado y obtener la mayor participación del mismo, de este modo poderme diferenciar de la competencia y lograr la fidelización del consumidor. A su vez, el impacto para los pobladores del Cantón, quienes serán los más favorecidos ya que podrán satisfacer sus necesidades puesto que anteriormente la competencia no brindaba.

ABSTRACT

After acquiring knowledge in the Azuay University and to fulfill the graduation requirement I believed convenient to carry out the development of the product from the Commercial Location Offered, which is made up of the following scheme:

General and preliminary analysis

Where it approaches to the company, its current situation and what is going to achieve in a future, in its turn was defined the problem that promote myself to establish this business, to lay down possible solutions.

Product development valuations

In this chapter it is analyzed how to distribute and rationalize in the best way the resources, in addition it allowed to demonstrate that the business is profitable, also the great contribution that its given to the population generating sources of employment and the most important, contributing to the economic growth of the area.

Forced Positioning in the Market

This chapter helped me to determine the best strategies to invade the market and obtain the biggest participation in it, in that case differentiate from the competition and to achieve the consumer's loyalty. In its turn the impact for the Canton's residents, who will be privileged since they will be able to satisfy their necessities because the competition previously didn't grant.

INTRODUCCION

Luego de haber adquirido los conocimientos en la Universidad del Azuay en la Facultad de Administración de Empresas y para cumplir con el requisito previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial; yo como joven emprendedor vi la necesidad de poner en practica todos mis conocimientos adquiridos durante todo este tiempo, a la vez he creído conveniente realizar el desarrollo de un producto “Local Comercial Ofertodo” el mismo que esta dirigido a la población del Cantón La Troncal en donde pude percatar una serie de falencias en lo que respecta a la oferta de productos de consumo masivo lo que originaba un malestar en la población de la zona por un pésimo servicio, productos de mala calidad y a la vez sumamente caros. Por este motivo vi la necesidad y a su vez la oportunidad de implementar un negocio de esta naturaleza.

La frase clave es conocer el mercado. Las necesidades del mercado, es decir, los consumidores son las que dan la pauta para poder definir mejor que es lo que vamos a vender, a quienes, donde y como lo haremos.

En acción conjunta he creído conveniente realizar valuaciones que me permitan distribuir de mejor manera los recursos ya sean estos: Físicos, económicos, financieros y sociales; lo que demostró que el negocio esta en perfectas condiciones de competir ante un mercado exigente y listo para nuevos retos como es la globalización y el Tratado de Libre Comercio.

Además de esto se debe estar a la expectativa de lo que el mercado requiera y si estamos preparados para hacerlo, para ello es de vital importancia, para asegurar el éxito de las empresas hacer uso de técnicas y herramientas, una de ellas es llevar a cabo un estudio de mercado, en conjunto con una serie de investigaciones como lo son: Competencia, canales de distribución, lugares de venta del producto, que tanta publicidad existe en el mercado, precios, etc.

Se considera además que es de vital importancia para la zona el haber establecido un negocio de estas características, ya que no solo vamos a tener un desarrollo

económico sustentable; sino, es de gran aporte en el aspecto social ya que se está generando plazas de trabajo y aportando al crecimiento económico del Cantón.

Aparte de analizar todos los puntos mencionados anteriormente es de vital importancia el dar énfasis a las fuerzas de posicionamiento en el mercado, ya que permitirá ver cuales son las estrategias a seguir para obtener una mayor participación en el mercado, así también tomar medidas preventivas para acciones ofensivas que pueda emplear la competencia.

A su vez en este capítulo nos da una pauta para la aplicación de estrategias que nos permitan diferenciar de la competencia no solo por precios, imagen, etc. Sino dándole un valor agregado al servicio, para así poder llegar a satisfacer las necesidades de los clientes que es uno de los objetivos principales de Ofertodo.

CAPITULO 1

1.1 LA EMPRESA

Ofertodo es un negocio que se dedica a la comercialización de productos de consumo masivo, ubicándose específicamente en el centro del Cantón La Troncal, sus operaciones se vienen efectuando desde el mes de Enero del 2006 con normalidad y acoplándose a las exigencias del mercado local.

Misión

Satisfacer las necesidades de la población ofreciendo productos de alta calidad y servicios innovadores que sobrepasen las expectativas del mercado para que se logre imponer nuestra imagen como sinónimo de excelencia.¹

Visión

Ofertodo se ve como una empresa líder en el mercado con un gran desarrollo tanto en el ámbito económico como en el social, ya que crearemos más fuentes de empleo; esto gracias a la aplicación de estrategias orientadas al mejoramiento continuo de la empresa y utilizando de manera optima los recursos.²

En todo negocio se busca la satisfacción de las necesidades de los consumidores a través de una racionalización de los recursos que vayan de acuerdo a un mundo que se encuentra en constante evolución, lo que lleva a que cada día se incremente la competencia y esto obliga a que los productores y comercializadores de bienes y servicios empleen estrategias para ingresar, posicionarse y mantenerse en el mercado como líder.

1. 2 DETECCION DE LA NECESIDAD

Considerando que un negocio es viable en el tiempo solo cuando este satisface las necesidades que tiene el cliente; se ha indagado que en el Cantón La Troncal, existe una demanda insatisfecha en referente a la comercialización de una gran gama de

¹ Archivos del negocio.

² Archivos del negocio.

productos de consumo masivo en un mismo lugar. Por todo lo citado anteriormente, el desarrollo del negocio dará lugar a que se pueda cubrir la demanda hasta ahora insatisfecha, a más de lograr que en el Cantón La Troncal se vaya implementando una nueva manera de comercializar ya que un alto porcentaje lo hace informalmente y en condiciones desfavorables, dando lugar a que los residentes del Cantón se trasladen a la ciudad de Guayaquil para satisfacer dichas necesidades.

Que necesidad deseo satisfacer?

Se pretende satisfacer la necesidad de comercializar productos de consumo masivo con una gran variedad en un ambiente cómodo y funcional para la población en general, la cual consta de toda la infraestructura física, humana y administrativa que permita cristalizar los ofrecimientos hechos al publico a su vez aporta de gran manera al desarrollo de este Cantón.

Existen ciertas características del negocio, que hace que en el momento que el cliente acuda a nosotros se sienta totalmente identificado con el:

El local es una combinación de funcionalidad y comodidad a más de una decoración diferente a la que hay en dicho Cantón, lo que dará una imagen clara del negocio y poder distinguirnos del resto de establecimientos lo que ocasionará una publicidad gratis y efectiva como el “boca a boca”.

Cordialidad: Todos nuestros colaboradores en el momento de su ingreso deberán recibir capacitación sobre un correcto trato hacia el cliente. Los colaboradores deberán demostrar siempre una actitud positiva para hacerle sentir al cliente que es importante y sobre todo que el tiene la razón.

Uniforme: Nuestros empleados tendrán un uniforme rotativo y este será de colores sobrios pero a la vez llamativos que provoquen una sensación de respeto, pulcritud y formalidad hacia el cliente.

Las características mencionadas anteriormente y otras que se irán agregando, serán motivos de atracción y una fuerza que influye en el momento de la elección del cliente hacia nuestro negocio.

En que momento satisface la necesidad?

La satisfacción de la necesidad se realiza por etapas, identificando cuatro fundamentales:

Etapa 1: La necesidad de una estructura cómoda y funcional será satisfecha cuando el cliente experimenta su primer contacto con el negocio de manera visual.

Etapa 2: La necesidad de atención y cordialidad será satisfecha cuando el cliente sea recibido por nuestros colaboradores desde la llegada al negocio, este en si será el primer contacto que tendrá el cliente, por lo tanto la primera impresión del negocio, lo que es muy importante.

Etapa 3: Cuando el cliente empieza a recorrer dentro del negocio percibirá el esfuerzo por darle un servicio personalizado en ciertos productos y la comodidad para poder adquirirlos, lo cual sentirá satisfecha su necesidad de confort.

Etapa 4: En el momento en que el cliente interactúe con los demás empleados del negocio ya sea que requiera algo y este le brinde toda la atención posible el individuo satisface la necesidad de seguridad y estatus.

1. 3 DEFINICION DEL PROBLEMA

Luego de un sondeo realizado en el Cantón La Troncal se ha llegado a determinar que no existe un local en donde se oferte una gran variedad de productos de consumo masivo en todas las líneas, con calidad y a precios bajos, lo que dificulta al consumidor al momento de la compra que producto llevar, ya que no tiene opciones y se ve muy limitado a poder adquirirlos ya sea por precios, tamaño, marca, empaque, promoción, etc. lo que da lugar a una demanda insatisfecha; no obstante, el servicio que prestan todos los locales de la zona son malísimos, por lo que los consumidores se ven en la necesidad de adquirir todos estos productos con preferencia en la ciudad de Guayaquil, lo que genera una perdida de tiempo y dinero en el traslado a dicha urbe y la población que menos tiene se ve obligada a comprar

productos de mala calidad y a un precio irrazonable, con lo que se esta dando un mal servicio a la comunidad.

Lo que se pretende desarrollar es una concreción de cambio dentro del cantón La Troncal, el mismo que permitirá a la población ahorrar tiempo y dinero en la obtención de productos que son caros y escasos en dicho Cantón, básicamente dándoles productos de primera calidad en todas las gamas y fresca en los víveres, en un ambiente cómodo y seguro a mas de brindarles un buen servicio lo que no existe en el medio y a precios accesibles para captar a toda la población posible, sin dejar de mencionar el gran aporte al comercio en esta zona que esta en constante crecimiento.

Bajo este esquema se pretende alcanzar objetivos, los que nos van a dar una pauta de lo que se quiere lograr

- Ofrecer una gran variedad de productos de consumo masivo con calidad y a precios bajos dándoles mayores alternativas de compra al consumidor de la zona.
- Brindar la oportunidad a que el consumidor sienta una satisfacción total de las necesidades no satisfechas anteriormente.
- Alcanzar un beneficio común económico razonable.
- Conocer las variables del marketing controlables de la competencia como son: precio, calidad del producto, publicidad y puntos de venta

La demanda creciente de productos con calidad y a bajo costo, además de un buen servicio al cliente, otorga un alto grado de certeza que el negocio se posicionará favorablemente en el mercado.

1.4 BUSQUEDA DE INFORMACION

Los diferentes tipos de información requerida para configurar a cabalidad un proyecto requieren fuentes de muy diversa índole de acuerdo a la fase del proyecto que se estudie. Para la búsqueda de la información tenemos que identificar correctamente las fuentes a las que vamos a recurrir.

1.4.1 INVESTIGACION INDIRECTA

Este tipo de información dependiendo obviamente del producto analizado podría ser extensa, escasa o asimilable en distintos grados al proyecto.

El Internet es una herramienta muy funcional para una amplísima gama de investigaciones aunque habrá de cerciorarse que la fuente de la misma sea de instituciones o personas serias

Para la comercialización de dichos productos mencionados anteriormente, obtendremos información valiosa sobre organizaciones importantes que ayudan al buen desempeño del negocio.

INEC.- En el cual investigamos que el tamaño de la familia alcanza a 4 personas y el número de habitantes de la zona urbana es de 27847 personas.

Servicio de Rentas Internas.- Esta institución nos permitió ver a cierto modo que el 60% aproximadamente de establecimientos que muestran una ligera similitud con Ofertodo se encuentran legalmente establecidos y cumplen con todas los requisitos legales para su funcionamiento.

Cámara de Comercio de La Troncal.- Este organismo a más de ser de regulación y control nos ayudo a determinar que el 83% de negocios están afiliados a dicho organismo como dispone la ley, además me ayudo a ver como se comporta el mercado a ciertos productos ofertados su aceptación y preferencias de la población.

1.4.2 INVESTIGACION DIRECTA

Juegan un gran papel y en el entorno de ellos obtendremos información y respaldo para el buen desempeño del negocio. Son fuentes en las cuales la información y su análisis serán consecuencia directa de encuestas y entrevistas efectuadas al público en general, y con miras a analizar en primera instancia la necesidad del producto. La aceptación del servicio y la manera que el público desea recibirlo.

Para el efecto se ha efectuado el siguiente cuestionario:

Cuestionario

Los locales comerciales existentes en la Troncal satisfacen plenamente sus necesidades

Si _____ No _____

Considera positivo la implementación de un local comercial con las líneas de productos de consumo masivo en general.

Si _____ No _____

Se siente conforme con los precios que actualmente ofrecen los puntos venta del sector:

Si _____ No _____

Considera usted que la calidad de atención que le brindan los puntos de venta del sector es:

Excelente _____

Muy Buena _____

Buena _____

Mala _____

Conoce o ha escuchado usted de la existencia del local comercial Ofertodo

Si _____ No _____

Bajo este esquema encontramos que el universo establecido para el análisis es de 27847 personas; información dada por parte del INEC, de acuerdo al último censo de población del año 2001.

A su vez procedemos a calcular la muestra representativa; y tenemos:

$$n = \frac{(Z^2) \cdot N \cdot P \cdot Q}{(E^2)(N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra

Z2= Nivel de confianza 95%

N= Tamaño de la población 27847

P= Probabilidad de cumplimiento 50%

Q= Probabilidad de no cumplimiento 50%

E2= Error muestral 5%

Por lo tanto tenemos:

$$n = \frac{(1.96)^2 (27847) (0.5) (0.5)}{(0.5)^2 (27847-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{26744.25}{70.57}$$

n= 379 personas

De un universo de 27847 personas el tamaño de la muestra representativa constituye 379 personas con un nivel de confianza del 95% y un error muestral del 5%.

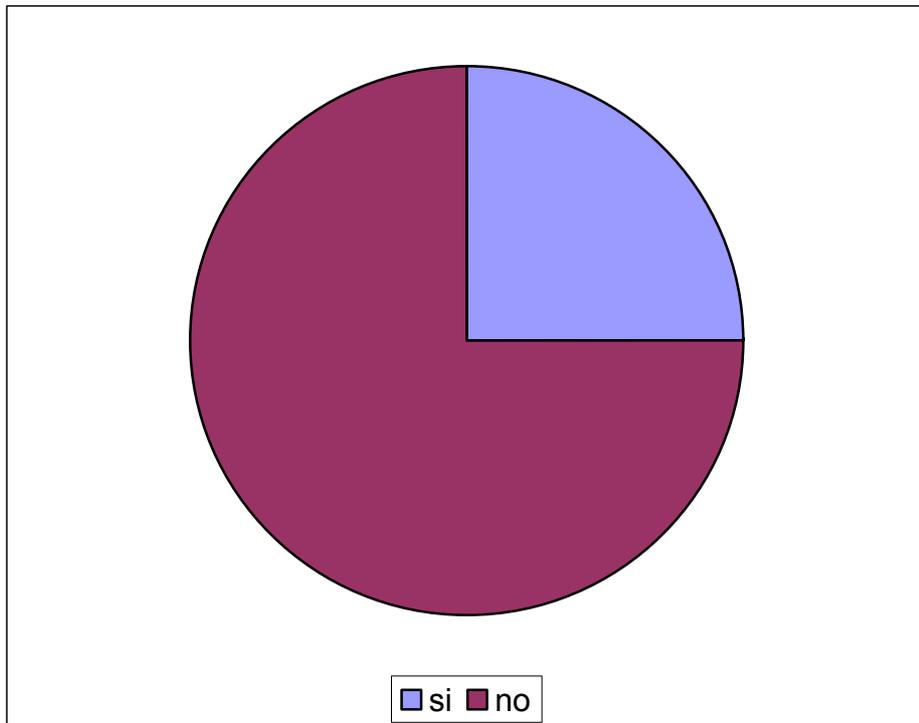
Luego se ha procedido a la recopilación de la información; a través del método del muestreo aleatorio simple; y tenemos los siguientes resultados

Interpretación de los Resultados

pregunta 1 :

Los locales comerciales existentes en la Troncal satisfacen plenamente sus necesidades

alternativa	%
si	25
no	75
TOTAL	100%

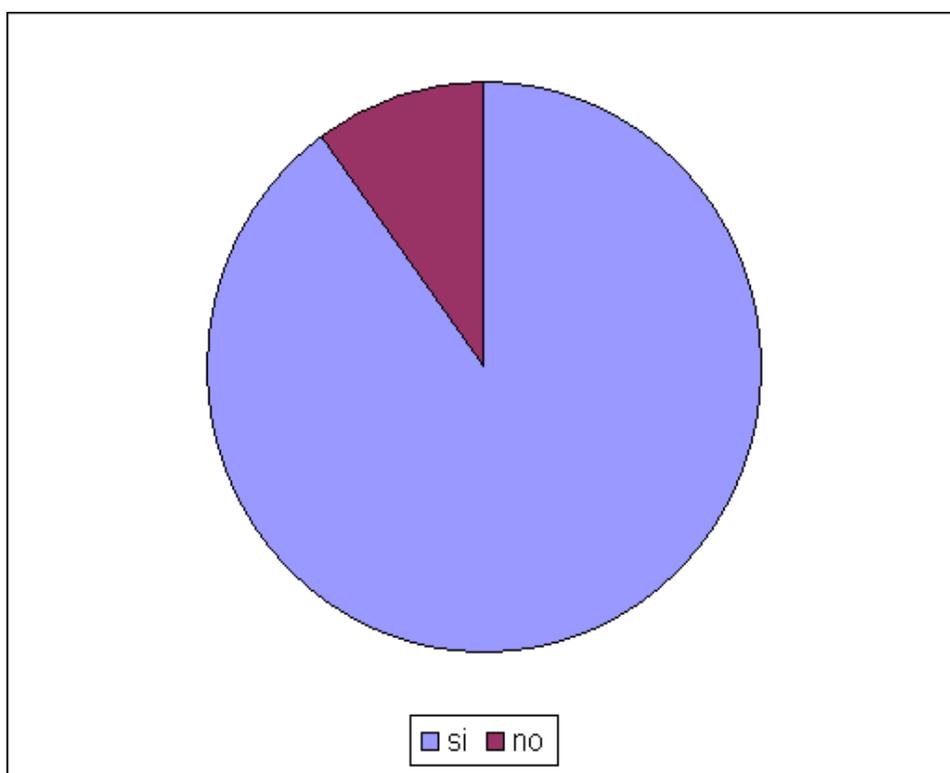


Interpretación: El 25 % de las personas respondieron que si satisfacen plenamente sus necesidades. Mientras que 75 % restante respondieron que no satisfacen sus necesidades.

pregunta 2:

Considera positivo la implementación de un local comercial con las líneas de productos de consumo masivo en general

alternativa	%
si	90
no	10
TOTAL	100%

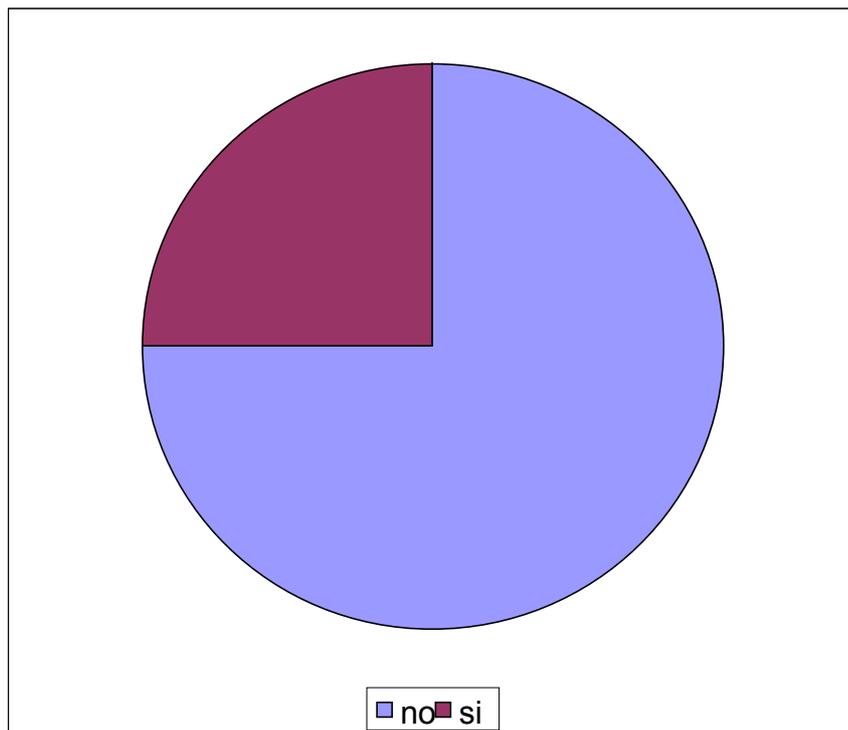


Interpretación: El 90 % de las personas respondieron que si están de acuerdo con la implementación de este tipo de negocio. Mientras que 10% restante respondieron que no están de acuerdo, lo que significa que hay una aceptación del público para que siga adelante este local.

pregunta 3:

Se siente conforme con los precios que actualmente ofrecen los puntos de venta del sector

alternativa	%
si	25
no	75
TOTAL	100%

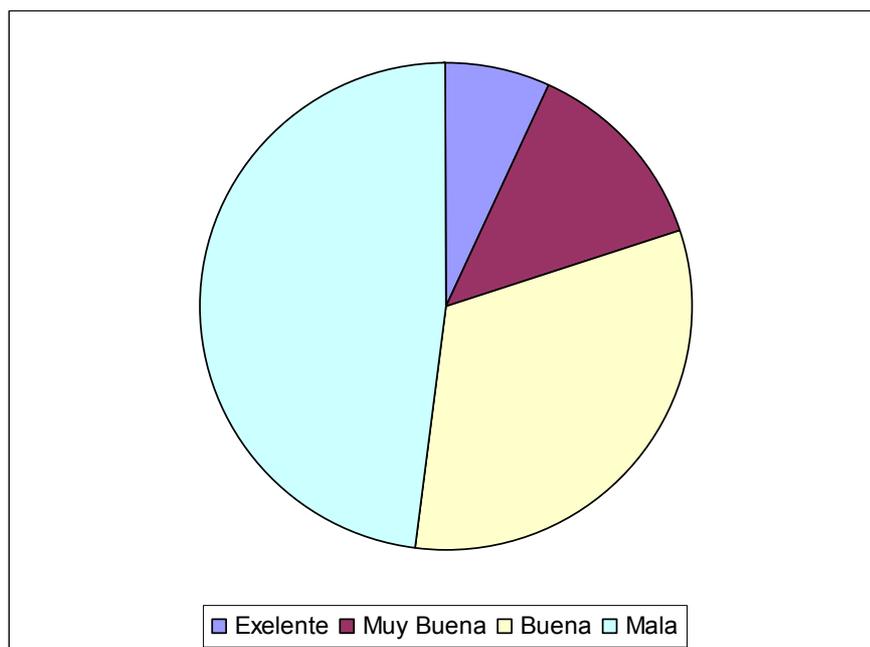


Interpretación: El 25 % de las personas respondieron que están conformes con los precios de venta. Mientras que 75 % restante respondieron que están en desacuerdo con los precios del sector, por lo que se muestra que los consumidores se sienten abusados por el cobro de dichos productos.

pregunta 4:

Considera usted que la calidad de atención que le brindan los puntos de venta del sector es

alternativa	%
Excelente	7
Muy Buena	13
Buena	32
Mala	48
TOTAL	100%

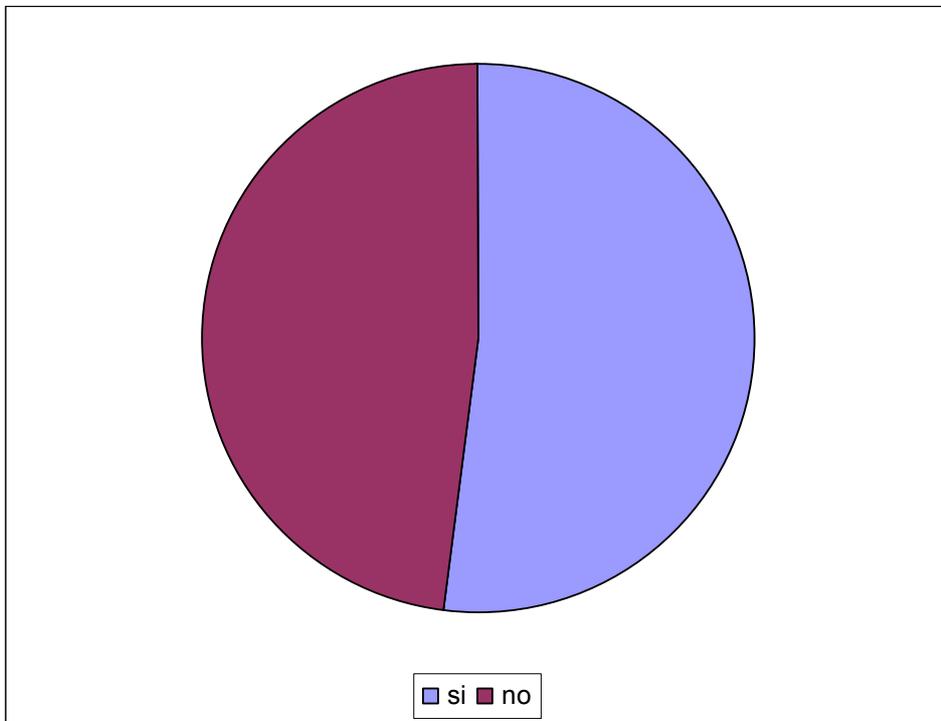


Interpretación: Apenas el 7 % de las personas respondieron que el servicio es excelente, con un 13% las personas que les parece muy bueno el servicio y con un 32% las personas que les parece bueno. Mientras que el 48% restante que llega a ser casi la mitad de la población respondieron que el servicio que prestan los negocios de la zona son malos, lo que sin lugar a dudas se ve que no hay un trato adecuado y personalizado al cliente, lo que esto hace que el individuo busque otras alternativas.

pregunta 5:

Conoce o a escuchado usted de la existencia del local comercial Ofertodo

alternativa	%
si	52
no	48
TOTAL	100%



Interpretación: Con este resultado del 52% de personas que si han escuchado o saben de nuestra existencia comparando con el 48% de personas que ni siquiera han escuchado de Ofertodo podemos ver que nuestro local poco a poco esta llegando a las familias del Cantón ya sea porque estamos despertando la curiosidad en ellos o por las compras que ya han realizado dentro del local.

Conclusiones de la Investigación

Por los resultados obtenidos, podemos darnos cuenta que estamos por el camino correcto y en el sitio exacto para poder lograr nuestros objetivos propuestos al inicio de este negocio, ya que se puede ver a simple vista que el resto de negocios no están cumpliendo a cabalidad con las exigencias del consumidor, y peor aun ofreciéndoles productos en algunos casos de mala calidad, a precios elevados y sin variedad, lo que da una pauta para seguir desarrollándonos en este mercado y seguir creciendo, obviamente desarrollando nuevas estrategias para así llegar a posicionarnos y tener la mayor cuota de mercado y sobre todo teniendo la iniciativa dando lugar a que la competencia se sienta derrotada.

1.5 GENERACION DE POSIBLES SOLUCIONES

Los puntos que describiremos a continuación constituyen las posibles soluciones para alcanzar los objetivos propuestos.

Reglamentos internos

Los reglamentos del negocio están elaborados en base al servicio y filosofía del mismo. El buen seguimiento de los reglamentos internos del negocio nos proporciona estandarización de los procesos, vincula al recurso humano con la empresa y se siente más identificado dentro de ella, además de jugar un papel importante en el aseguramiento de la calidad.

Tecnología como elemento diferenciador

Hoy en día las empresas cuentan con tecnología de punta con el mundo cambiante en el que vivimos, es algo lógico. Este factor proporciona a la empresa una agilidad en los procesos de facturación, contabilidad, inventario y auditoría. Se gestionó la instalación de programas modernos y de fácil aplicación, a más de que se debe tener actualizados los sistemas de acuerdo al avance de la misma.

Imagen Corporativa

En cuanto a imagen, es evidente que las empresas locales recién empiezan a despegar. Es muy poco lo que se hace para lograr un posicionamiento tanto a nivel local como a nivel internacional. El área de mercadeo deberá ser muy fuerte y el que

mayor responsabilidad cargara sobre sus hombros ya que de el dependerá las ventas y rentabilidad del establecimiento.

Además de lo mencionado anteriormente pongo en consideración algunos puntos en los cuales se va a poner mucho énfasis:

Brindar al mercado productos de calidad y a bajo costo, para así aumentar nuestra cuota de participación en el mercado local.

Mantener una gran variedad de productos capaz de satisfacer los gustos y preferencias del consumidor.

Satisfacer adecuadamente la demanda y sus constantes variaciones tanto en cantidad como en la variedad de artículos.

Mantener la lealtad de los clientes que ya existen e incrementar el número de los mismos.

Obtener rentabilidad que justifique la inversión del proyecto.

CAPITULO 2

2.1 VALUACION FÍSICA

Las instalaciones que el proyecto demanda son efectuadas con miras a prestar condiciones de seguridad, funcionalidad, operatividad y comodidad para que el recurso humano brinde el máximo de sus capacidades, en conjunto, personal humano y equipamiento otorguen al proyecto niveles óptimos de eficiencia y productividad.

2.1.1 TECNOLOGIA NECESARIA

Hoy en día si se desea tener éxito en un negocio ya sea de bienes o servicios, es primordial tener tecnología adecuada para poder así ser competitivos en el mercado, caso contrario tendremos una desventaja no solo con la competencia sino con el mundo que esta completamente globalizado, a su vez nos ayudará con la agilidad en los procesos de facturación, contabilidad, control de inventarios y auditoria con la instalación de programas modernos y de fácil aplicación. A continuación mencionamos los equipos que se utilizaran para un buen desempeño del negocio:

- Tres computadoras de ultima generación
- Programa Génesis que cumple con los requisitos para el manejo adecuado de este tipo de negocios
- Código de barras
- Impresora y scanner para el código de barras
- Dos maquinas registradoras
- Telefax y conexión a Internet

2.1.2 UBICACIÓN E INFRAESTRUCTURA NECESARIA

El local esta ubicado en pleno centro del Cantón, por lo que en esa zona es donde se concentra la mayor parte de negocios tomando en cuenta a su vez que el local es propio con lo que ahí ya tenemos una ventaja con el resto de establecimientos ya que la mayoría son rentados, es de fácil acceso y parqueo para los clientes y proveedores,

tomando en cuenta también sobre la seguridad que se emplea para que el cliente se sienta cómodo y satisfecho por el servicio que se le brinda.

La infraestructura con la que cuenta el local ha sido diseñada para un óptimo funcionamiento y optimizar al máximo su capacidad, además cuenta con un buen sistema de ventilación y acondicionamiento de aire, para que el lugar de trabajo sea placentero para todos los colaboradores y lo más importante es darle al cliente bienestar al momento de comprar.

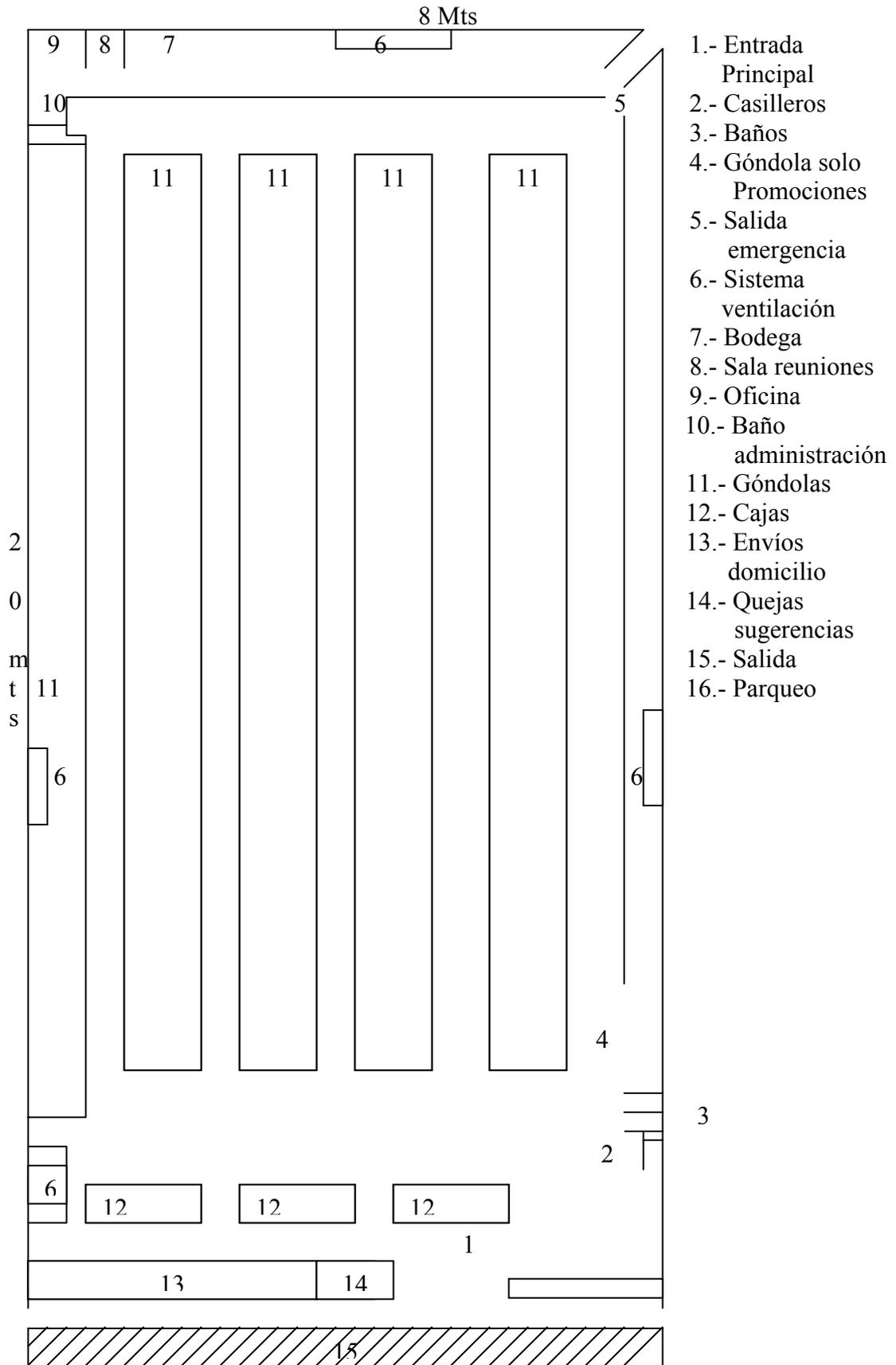
En lo que respecta a seguridad el local cuenta con una salida de emergencia, además esta equipado con extintores puestos en sitios estratégicos, de esta manera ayudamos a prevenir cualquier incidente que se pueda dar dentro del local, lo que se demuestra que siempre estaremos cuidando la integridad de todas las personas que tengan relación directa o indirecta con Ofertodo.

2.1.3 DISTRIBUCION FÍSICA Y MERCHANDISING

La distribución física del negocio se hizo con miras a prestar un buen servicio, diferenciando la parte administrativa de la operativa ya que las dos cumplen diferentes funciones, y así no entorpecer la atención al cliente que es lo primordial, se implantara dos cajas por el momento y si el flujo de clientes es mayor se implantara otra caja express.

El Merchandising es muy importante dentro de este tipo de negocios, lo que significa que los productos deben estar perfectamente distribuidos en la góndola por líneas y tipos de productos, lo que originara al cliente escoger entre una gran variedad de productos similares y a su vez esté al alcance de los mismos. Es importante tomar en cuenta también que se debe colocar vayas publicitarias en todos los accesos y salidas del Cantón, llegando así a fidelizar al cliente en donde tiene que comprar, ya que una buena publicidad es uno de los factores de éxito en los negocios.

A continuación se adjunta un plano de cómo esta distribuido físicamente el local:



Fuente: Esteban Astudillo
 2.2 VALUACION ECONOMICA

La evaluación económica se realizó sobre la base de la estimación de la proyección de los costos y beneficios del negocio; para ello se tomo en cuenta los siguientes aspectos:

2.2.1 RELACIÓN COSTO BENEFICIO

INVERSIONES	
ACTIVO FIJO	
Local	45000
Vehículo	15000
Muebles, enseres, perchas	12000
Equipo de computo	8000
TOTAL	80000

CAPITAL DE TRABAJO		
Mercaderías		50000
Gastos de operación.		3000
Gastos de adm.	2600	3000
gastos de ventas	400	
TOTAL		53000

El total de inversiones y capital de trabajo suman 133000 dólares.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS (MENSUAL)	
VENTAS	40000
CV	30000
utilidad bruta	10000
gastos administración y ventas	3000
utilidad bruta operacional	7000

2.2.2 FORMULACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Es aquella situación en la cual el negocio produce y vende un volumen exactamente necesario, que solo le permite cubrir la totalidad de sus costos y gastos, de tal manera que no tenga utilidades ni pérdidas.

Para el cálculo del punto de equilibrio del negocio se tomó en cuenta los costos de los productos, gastos administrativos y gastos de ventas, que incurre el negocio mensualmente para su desarrollo normal de acuerdo a las políticas del negocio, tomando en cuenta a su vez los ingresos que percibe el negocio por sus ventas reales.

A continuación se presenta datos reales de egresos e ingresos de Ofertodo.

Tabla de Ingresos (mensuales)

DESCRIPCION	CANTIDAD
Ventas (10% de utilidad)	33000
TOTAL INGRESOS	33000

Tabla de Costos y Gastos (mensuales)

DESCRIPCION	CANTIDAD
Costo de adquisición de productos	30000
Gastos de Administración	2600
Gastos de Ventas	400
TOTAL COSTOS	33000

Como podemos observar en el siguiente cuadro se igualan los ingresos vs. los costos, lo que permite identificar en donde se da el Punto de Equilibrio del negocio.

Punto de Equilibrio (mensual)

Ingresos Totales = Costos Totales		
33000	=	33000

Luego de haber analizado el punto de equilibrio encontramos que el negocio con una inversión de 80000 dólares y un capital de trabajo de 53000 dólares en los actuales momentos tenemos una rentabilidad toda vez que las ventas brutas mensualmente oscilan entre los 40000 dólares mensualmente en promedio; avizorando en el futuro incrementar aún más las ventas, por lo que el soporte para alcanzar este objetivo será justamente este estudio de factibilidad que se esta formulando.

2.3 VALUACION FINANCIERA

En la valuación financiera se contempla la inversión total que permite la realización de este negocio. El capital está conformado de 133000 dólares, los que a su vez el 100% es capital propio, ya que se contaba con recursos económicos para llevar a cabo dicha inversión, no se tramitó créditos a ninguna Institución Financiera o Cooperativa ni Corporación legalmente establecida en el país.

2.3.1 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Como lo he mencionado anteriormente este negocio no se ha financiado con un centavo de capital ajeno, sino capital propio, ya que se contaba con algunos de los activos que constan y son parte del negocio, lo que se hizo son algunas adecuaciones para el local y se adquirió algunos equipos que se pudieron cubrir con el capital que se contaba. Para lo posterior conforme se vaya incrementando el negocio y las estrategias de expansión es crecer en el mercado local y en las zonas aledañas, esto incurriría más gastos, costos, etc. Se tiene planeado recurrir a un crédito a la Corporación Financiera Nacional por medio del Banco del Pacifico.

2.3.2 RACIONALIZACION DE LOS RECURSOS PRODUCTIVOS

Con la finalidad de optimizar los recursos productivos para que el proyecto de los resultados esperados se ha procedido de la siguiente manera.

RUBRO	CAPITAL PROPIO
Activos Fijos	80000
Mercaderías	50000
Gastos de Operación	3000
TOTAL	133000

2.4 VALUACION SOCIAL

Consiste en determinar el impacto social en el medio ambiente en donde se va a desarrollar el proyecto en este caso, en el Cantón La Troncal para su análisis partiremos de los siguientes parámetros.

2.4.1 GENERACION DE FUENTES DE EMPLEO

Como es de conocimiento público en nuestro país existe un alto porcentaje de desocupación, a su vez que es la causa de problemas sociales muy serios para nuestra sociedad, las causas pueden ser varias para que se de este fenómeno pero una de las más importantes es que no existen plazas de trabajo, en que el individuo por su jornada laboral reciba su remuneración justa y así poder llevar el sustento diario a su familia.

Por tal motivo es muy provechoso y satisfactorio el crear fuentes de empleo ya sea montando grandes o pequeñas empresas y así contribuir con el desarrollo de un país como lo es el nuestro que tanto lo necesita. En lo que respecta a mi negocio se generó alrededor de 5 puestos de trabajo que contribuye de alguna manera a este gran problema que vive el país, así como darles una mejor calidad de vida a los futuros

postulantes al cargo y a sus respectivas familias, a continuación se detalla la siguiente nómina:

- Administrador o (a)
- Contador
- Dos Cajeros o (as)
- Un bodeguero

La nómina podría variar de acuerdo a las necesidades que se presenten en el negocio, tomando en cuenta también si estamos en la capacidad de contratar otra persona de acuerdo a lo presupuestado, además observando si los colaboradores están trabajando al 100 % de sus capacidades.

2.4.2 IMPACTO SOCIO-ECONOMICO

Un proyecto de esta naturaleza sin lugar a dudas repercute positivamente desde el punto de vista social y económico; toda vez, que la población (consumidores) a los cuales va dirigido el servicio; como se ha visto en los resultados de la investigación de mercado realizada, tienen una nueva alternativa para solucionar sus problemas de satisfacción de necesidades relacionadas con los productos de consumo masivo.

2.5 CONFIGURACION DE LA SOLUCIÓN VIABLE

Luego de haber realizado en forma objetiva y coherente el análisis de la detección de la necesidad, definición del problema, búsqueda de información y de las valuaciones físicas, económicas, financieras y sociales, llegamos a determinar que el desarrollo de este producto (Local Comercial Ofertodo) se encuentra configurado eficientemente, situación, que permitirá alcanzar los objetivos propuestos en un inicio del negocio a corto plazo, proyectándonos ha ser una empresa que este a la vanguardia en el mercado y así propagándonos en todas las zonas aledañas al Cantón La Troncal.

Sin embargo, existe la conciencia de que el posicionamiento en el mercado requiere también de estrategias eficaces capaces de contrarrestar situaciones tales como la evidente resistencia que los negocios ya establecidos imponen hacia un nuevo competidor.

La competencia desleal y la falta de ética profesional que constituyen una desventaja muy relevante, pues la presencia de negocios que brinda productos de mala calidad sin garantía y a precios caros a mas de un deficiente servicio les genera un aumento en su rentabilidad, pero no es para nada preocupante ya que la población esta empezando a identificar lo que es brindar productos y servicios de calidad a precios muy razonables como los que esta brindando Ofertodo y que son mucho más competitivos de los que ofrece la competencia, lo que esta ocasionando fidelizar a los consumidores y bienestar al negocio, por otro lado generando incertidumbre a la competencia ya que no tienen las estrategias para ser un competidor a la altura de Ofertodo.

Como estamos en un mundo globalizado y que el Tratado de Libre Comercio se avecina, si bien podrían crear aumento en la demanda traerán también consigo la creación de más empresas o negocios de igual índole que generarán competencia, lo que significa estar en constante crecimiento e innovación ante los cambios que se puedan suscitar en un futuro.

CAPITULO 3

3.1 ANALISIS DE ESTABILIDAD

Consiste en determinar las perturbaciones que puedan afectar a la estabilidad del sistema en el mercado; es decir, que en este caso del local comercial Ofertodo. Para este análisis partiremos de los siguientes parámetros:

Precios

Producto	Ofertodo	Competencia
Detergente Deja 200gr.	0.55	0.60
La Lechera 1lt.	0.91	0.97
Aceite La Favorita 1lt.	1.15	1.30
Crema dental Colgate	1.30	1.50
Arroz 1 lb.	0.28	0.35
Atún Van Camps	1.47	1.60
Colcafé Clasico175 gr.	3.24	3.50
Huevos	0.05	0.09

Por lo tanto se puede deducir que los precios establecidos por Ofertodo tendrán una estabilidad en el mercado ya que son totalmente competitivos.

Marcas de Producto

Dentro de nuestro comercial tenemos productos de marca reconocida, prestigio, imagen y garantizados, situación que permite la estabilidad de los mismos en el mercado, y que ponemos en consideración algunos de estos:

Arcor

Nestle

Frito lay

Johnnie Walker

Pingüino
Colgate Palmolive
The Coca Cola Company
Tony
Hellmanns
Sumesa
Supan
Gillette
Red Bull
Nivea

Las marcas en los productos facilitan su comercialización, esto se debe a un prestigio que tiene la marca en el mercado, poseen una alta preferencia por parte de los clientes debido a su tradición de calidad, por lo que se recomienda dar preferencia a productos de marca antes que a otros posiblemente atractivos en precio.

En todo caso de existir una perturbación en precios y marcas de productos se procederá en forma oportuna a cubrir cualquier derivación que se pueda dar para no afectar las políticas ni la imagen del negocio.

3.2 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Consiste en determinar el rango o nivel de perturbación que el producto como tal, puede tolerar; es decir tiene relación con las características intrínsecas de cada una de las ofertas presentadas en el mercado.

En caso concreto de Ofertodo todos los productos a ofertarse, son adquiridos aquellos que cuentan con las normas de calidad como son INEN e ISO, de tal suerte que esas cualidades, características, bondades y beneficios respondan a las exigencias de los consumidores.

A más de ser productos con normas de calidad se debe ofertar productos con atributos específicos es decir productos con características propias, innovadoras y

que sobre todo satisfagan las necesidades y expectativas del cliente, mejorando en si el estilo de vida de quienes compren el producto.

3.3 ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACION

Consiste en investigar la combinación óptima de los recursos disponibles que permitan la maximización de las utilidades con los mínimos costos posibles, y a su vez con distinta diferenciación; por lo tanto para un mejor análisis se aplicaran las siguientes estrategias:

Estrategia de Diferenciación

La diferenciación permite aislarnos de la rivalidad competitiva, y nos permite obtener una mayor lealtad de los clientes y un mejor resultado económico, dado que serán menos sensibles al precio. La diferenciación obviamente será imitada, pero al menos nos dará durante un tiempo la ventaja competitiva.

La diferenciación crea una barrera de ingreso obligando a los participantes en el campo de la comercialización, a realizar grandes gastos para superar la lealtad existente del cliente, esto quiere decir que nuestro negocio tiene que gradualmente ir cambiando para no dar lugar a otra empresa o negocio que tome la iniciativa. Por lo tanto lo que se pretende en nuestro negocio es la búsqueda continua de una nueva diferencia, ya que esto nos permitirá mantenernos en el mercado con una mayor cuota de participación y darle una satisfacción total al cliente.

Para mantener y desarrollar los clientes, el negocio debe entregar una oferta de valor que sea reconocida por el mercado. No solamente nos preocupamos por vender los productos sino comprar el dinero y lealtad de los clientes entregando valor a cambio.

Reducir los costos.

Aumentar la performance de los productos y servicios.

Entrega a domicilio de los productos adquiridos con puntualidad y responsabilidad.

Ofrecer nuestros servicios directamente a las haciendas ubicadas en el sector.

Estrategia de Liderazgo en Precios

Los precios siguen siendo uno de los elementos más importantes para determinar la participación en el mercado y la rentabilidad de la compañía. Para la fijación de precios nos basamos en los costos totales mas una utilidad del 10%, lo que se quiere decir es que la clave para ser lideres en precios es disminuir nuestros costos. Para esto una de las políticas del negocio es comprando directamente a los fabricantes o distribuidores exclusivos de los productos seleccionados, y reducir así la cadena de suministro lo que lleva a elevar los precios debido a las comisiones que tiene cada intermediario.

Estrategia de Crecimiento

Esta estrategia tiene que ver con el desarrollo de las empresas, el desarrollo y la penetración en el mercado. Debido al alto potencial del negocio para líneas de productos de consumo masivo en general se creará un inventario de productos con alta probabilidad de venta, para promocionar de manera agresiva y ofrecerles de manera inmediata a los clientes. Además de esto debemos estar alerta a la competencia a ver como a reaccionar después del impacto de cómo Ofertodo esta ganando mercado rápidamente, lo que implica estar cada día analizando que estrategia se deberá tomar en consideración, para contrarrestar una competencia desleal que se pueda dar dentro del mercado de La Troncal.

Lo que se pretende como otra alternativa es firmar contratos con empresas especializadas en ciertos productos para que se nos permita la distribución exclusiva dentro del Cantón con lo cual estaremos asegurando una buena parte del mercado y ya no estaremos simplemente como oferentes de productos al consumidor final sino también como proveedores de nuestra competencia con lo que se verían imposibilitados a competir en precios con nuestro negocio.

Al mismo tiempo de emplear algunas estrategias se debe tener en cuenta como se va a desarrollar las necesidades primarias que son muy trascendentales para un crecimiento sostenido como son:

Promociones

Se tiene que aplicar una política de promociones en la cual no nos veamos afectados, esto se podría dar efectuando por ejemplo; combos, pague 2 lleve 1, segundo pague a mitad de precio, etc. Así también como sorteos de cualquier índole, lo que originará llamar la atención del cliente y visitar continuamente nuestro local dando lugar a que sea un cliente potencial.

Descuentos

Se debe emplear una buena política de descuentos ya que es muy primordial para las ventas del negocio, en la que seamos quienes incentivemos a la persona a adquirir bienes o servicios de calidad a precios más bajos de lo habitual, sino háganse la interrogante a quien no le gusta pagar menos por el mismo bien o servicio. Estos a su vez se pueden dar ya sea por: días festivos, inicio de temporada; fin de temporada, por volumen de compra, por sexo, por edad, a jubilados, etc.; lo que originará una expectativa en el mercado y que se provoque a comprar más por menos, creando así una preferencia para adquirir en nuestro local y dejando de un lado la oferta de la competencia.

Publicidad

Esta es parte de la comunicación por lo tanto esta tiene que ver con 3 aspectos fundamentales. La existencia de un emisor donde se origina el mensaje y es recibida por un receptor. La publicidad es muy importante ya que se da a conocer las bondades, cualidades, características y beneficios del producto, para quien va dirigido y a que sector esta destinado.

En la publicidad no solo se muestra el producto como tal sino pretende llegar mucho más allá psicológicamente, creando fantasías haciendo que uno forme parte del comercial deseando uno ser la estrella lo que conlleva a que el consumidor vaya en busca del producto o lo tome en consideración la próxima visita al local.

A su vez la publicidad se la puede hacer llegar mediante diversos medios como son:

Electrónicos: La televisión, radio, Internet

Impresos: Revistas, periódicos, afiches, hojas volantes, emisión de estado de cuenta, vayas publicitarias, etc.

Otros: Puntos de venta, tele marketing, ferias.

Para saber que medio elegir al momento de hacer publicidad debemos tomar en cuenta el tipo del producto, el segmento del mercado, y la cobertura del mercado.

Es muy importante además formar parte en auspicios ya sean estos eventos sociales, deportivos, caritativos el cual no solo se apoya a dicho evento económicamente sino se esta dando un valor agregado que no es tangible pero si muy valioso que es lo social y se ve el interés por apoyar a estas nobles causas que son de interés de la población.

Apertura de Sucursales

Lo que se quiere lograr con esto es una mayor cobertura con las mismas políticas de funcionamiento captando así mayor participación en el mercado, llegando donde la competencia ni siquiera existe e innovando constantemente, lo que dará lugar a que los consumidores nos prefieran y que Ofertodo sea sinónimo de calidad y precios bajos.

Conclusiones

Una vez concluido con el estudio se demuestra la viabilidad de este tipo de negocio en el Cantón La Troncal, en el presente caso cumple con todos los requisitos que proporcionarán una rápida aceptación dentro del mercado.

Se garantiza al consumidor ofrecer productos de calidad a precios bajos y un servicio de primera, lo que se será clave para distinguirnos de la competencia.

Al ofrecer todas estas alternativas estamos en plenas condiciones de satisfacer todas las necesidades de los consumidores.

Se demuestra al consumidor que para adquirir productos de calidad ya no tiene que salir de La Troncal; por lo que, cada día estamos fidelizando aun más al cliente de esta zona y sectores aledaños.

El consumidor sabe que su dólar tiene mayor poder adquisitivo en Ofertodo que en toda la competencia de la zona, lo que esta originando un bienestar en las familias Troncaleñas.

El mercado donde se está ingresando no existen este tipo de negocios con nuestras características, lo que significa que tenemos una gran oportunidad de posicionarnos en el mercado como líderes.

Recomendaciones

En el futuro se recomienda implementar otras líneas de productos como son: juguetería, bazar, artículos para el hogar, lubricantes, etc. ya que en este campo también existe una demanda insatisfecha.

Para dar una mayor cobertura a toda la zona se recomienda implementar un otro local, con lo que así estaríamos brindando un mejor servicio a la comunidad, siempre y cuando un estudio previo a si lo revele, por lo que estaríamos expandiéndonos por toda la zona y porque no con una cadena de comisariatos.

Se recomienda además estar alerta a la competencia ya que va a empezar a copiar nuestro mismo sistema de mercadeo, por lo que tenemos un compromiso de estar en constante cambio, evolución y tomando la iniciativa, ya que este mundo globalizado así lo permite

Estar en constante actualización en lo que ha tecnología se refiere ya que este es un elemento diferenciador que marcará la pauta para ser más eficientes en nuestro trabajo y obtener mejores resultados.

Bibliografía

- KOTLER, PHILIP, Dirección de Marketing, Prentice Hall, México 2001
STANTON, W. Fundamentos de Marketing, México 2004
LAMBIN, JEAN, Marketing Estratégico, 1997
KINNEAR, W. Investigación de Mercados, Colombia 2003

- www.gestiopolis.com
- www.marketingpower.com
- www.lycos.com