

CAPÍTULO II

2. ESTUDIO DEL MERCADO

Hemos considerando que es necesario evaluar la situación actual del sector industrial y de la construcción, debido a que éstos son el mercado meta para los negocios de la empresa.

Es importante analizar variables como: empleo, volumen de producción, insumos y valor de ventas de estos sectores para identificar potenciales necesidades, requerimientos y nichos de mercado rentables que permitan a la empresa posicionarse y diferenciarse ante su competencia, por medio de ofertas acordes al mercado meta.

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR INDUSTRIAL ECUATORIANO

El crecimiento de la industria es, sin lugar a dudas, uno de los pilares fundamentales del desarrollo nacional. Sin embargo, su competitividad ha estado permanentemente expuesta a factores limitantes como: contracción de la economía local durante varios años de crisis; una inadecuada distribución del ingreso que, por un lado resta capacidad y tamaño al mercado interno, y por otro, incentiva a la importación de bienes de consumo; también, la dependencia tecnológica de lenta innovación que afecta a la productividad.

A continuación, se muestra información de las variables de mercado, obtenidas durante los cinco primeros meses del año 2007:

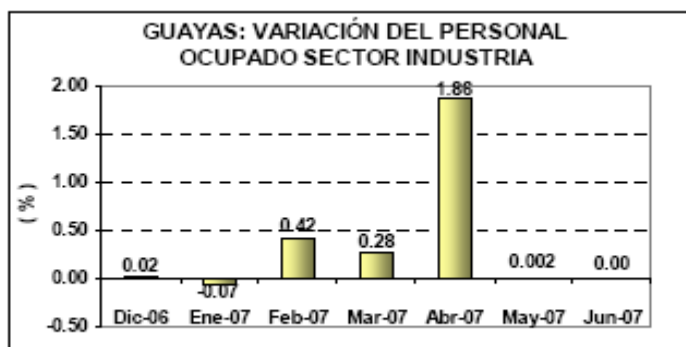
EMPLEO

Para el mes de enero del 2007 la variación del personal se redujo en -0.07% en relación con el mes anterior de diciembre del 2006 con un crecimiento del 0.02%; por el contrario en el mes de febrero del mismo año se tiene un crecimiento de 0.42%.

Para marzo el empleo aumentó en 0.28% pero en menos proporción que el mes anterior, sin embargo se notó un mayor crecimiento de 1.86% en el mes de abril como se ve reflejado en el siguiente Gráfico 2.1

Luego en el mes de mayo se notó un crecimiento mínimo de 0.002% en relación con el mes anterior, mientras que para el mes de junio no se prevé ninguna variación.

Gráfico 2.1



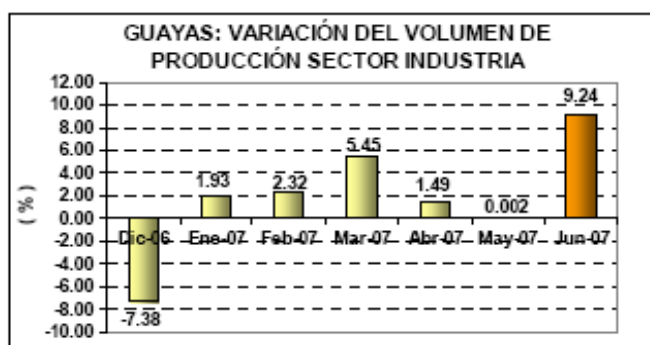
Fuente: Página Web Banco Central del Ecuador

VOLUMEN DE PRODUCCIÓN

El volumen de producción en las empresas del sector industrial aumentó en 1.93% en el mes de enero del 2007. En el mes de febrero esta variable aumentó en 2.32% con respecto al mes anterior. En marzo se vio reflejado un incremento de 5.45% para luego en el mes de abril la variación en el volumen de producción aumentó en 1.49% pero en menor proporción que el mes anterior.

Para mayo del 2007 se presentó una ligera variación de 0.002% con respecto al mes anterior. No obstante para el mes de junio del 2007 se prevé una significativa recuperación de 9.24%, tal y como se muestra en el Gráfico 2.2.

Gráfico 2.2



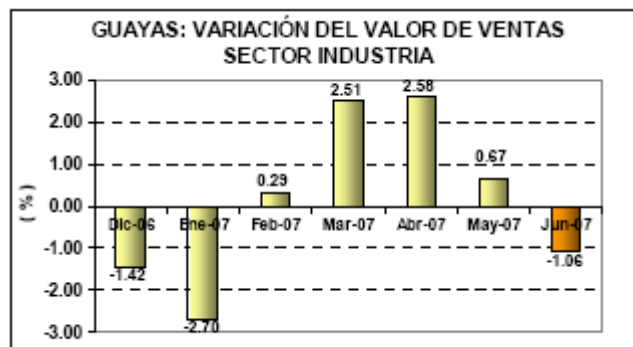
Fuente: Página Web Banco Central del Ecuador

VALOR DE VENTAS

Las ventas se redujeron en un -2.87% en el mes de enero del 2007 con relación al mes anterior, para el mes de febrero esta variable aumentó en 0.29%.

Como se puede observar en el Gráfico 2.3, para los meses de marzo y abril fue una temporada muy buena ya que hubo un aumento de 2.51% y de 2.58% respectivamente; luego hubo un aumento en menor proporción de 0.67% para el mes de mayo en relación con el mes anterior, mientras que se espera una posible reducción de -1.06% en esta variable para el mes de junio del 2007

Gráfico 2.3



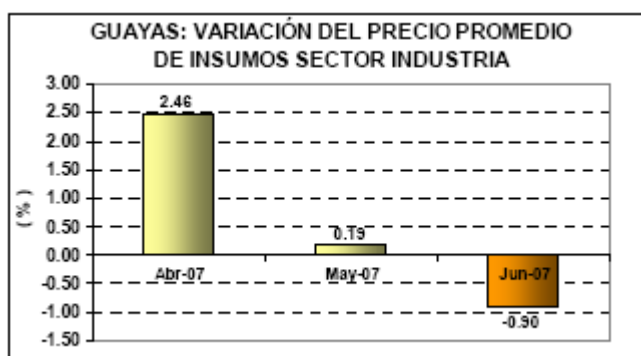
Fuente: Página Web Banco Central del Ecuador

INSUMOS

El Gráfico 2.4 muestra que para el mes de abril del 2007 el promedio del precio de los insumos del sector industria aumentaron en 2.46%.

Para el mes de mayo del 2007 se reportó un aumento de 0.19% en el precio de los insumos con respecto al mes anterior, mientras que para junio se prevé una disminución de -0.9% en esta variable.

Gráfico 2.4



Fuente: Página Web Banco Central del Ecuador

2.2 ANÁLISIS DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN EN EL ECUADOR

La globalización de la economía y la necesidad de diversificar los mercados para asegurar el futuro de sus compañías llevó a muchos empresarios extranjeros vinculados a la construcción a apostar por Ecuador.

En los últimos cinco años la inversión directa de capital extranjero en el sector construcción ascendió a \$328.760 dólares y hasta el 2004 se había constituido 170 compañías, lo cual ha generado que este sector se fortalezca y tome fuerza en el mercado.

Tabla 2.1

INVERSIÓN EXTRANJERA EN EL SECTOR CONSTRUCCIÓN (En dólares)

	2002	2003	2004	2005	2006
Construcción	9.390	30.590	9.540	11.600	328.760

Fuente: Banco Central del Ecuador

En el sector de la construcción existen pequeñas y medianas inversiones de capitales extranjeros en el país. En los últimos cinco años hay una mayor presencia de este tipo de compañías en Ecuador¹.

En la actualidad se está negociando la posibilidad de crear un plan de vivienda propuesto por el gobierno y la empresa privada y esto sería una oportunidad para que SP LOGISTIC S.A se tenga la certeza de que en ese mercado obtendrá importantes beneficios.

2.3 ESTUDIO DE LAS PRINCIPALES VARIABLES DE MERCADO

2.3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN A APLICAR

2.3.1.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Basándose en las diferentes variables que se deben de considerar para poder establecer la rentabilidad y factibilidad de este proyecto, se ha tomado en consideración una serie de objetivos, los cuales permitirán identificar las verdaderas condiciones del mercado y su situación, ante esto los objetivos planteados son:

1. Identificar diversos aspectos sobre la competencia como posicionamiento, diferenciación, participación y servicios que ofrecen.
2. Establecer una tendencia en base a las investigaciones sobre los diferentes requerimientos y necesidades de las empresas, forma de comercializar los servicios, principales requerimientos sobre nuestros servicios y entre otras necesidades con respecto a este tipo de servicios.
3. Determinar el potencial, perfil y conducta del mercado.
4. Identificar la propensión a preferir nuestros servicios.

¹ Fuente: Banco Central del Ecuador

2.3.1.2 METODOLOGÍA DEL ESTUDIO DE MERCADO

El estudio se enfocará en el análisis de un grupo de variables y su impacto en las perspectivas del proyecto, lo cual a partir de una investigación de mercado y los resultados obtenidos se podrá identificar cual sería el mercado objetivo del negocio, los principales productos ante el cual la empresa debería enfocar su capacidad operativa, así como permitir ofrecer el planteamiento de estrategias de tal forma que la empresa pueda ser rentable tanto a corto como a largo plazo. Dicho lo anterior las variables que serán parte del análisis son:

- Análisis de la competencia: identificación de competidores, posicionamiento, participación y servicios
- Perfil y comportamiento de los clientes potenciales
 - Tipo de empresa
 - Número de empleados
 - Estructura organizacional
 - Zonas de influencia: local, regional, nacional o internacional
 - Aspectos sobre la utilización de servicios de consolidadoras, trámites aduaneros, alquiler de equipos y abastecimientos de insumos en general
 - Identificación de clientes potenciales
- Requerimientos y necesidades de los potenciales clientes
- Expectativas y grado de aceptación de la oferta de los servicios de la empresa

A partir de la investigación y análisis de estas variables se generará toda la información necesaria para establecer una serie de planes estratégicos y

planes de acción que permitan mantener un crecimiento sostenido de la empresa en el mercado.

Para alcanzar los objetivos de la investigación de mercado, se utilizarán varios métodos para el levantamiento de datos, con lo cual se tiene previsto cumplir todos los objetivos de investigación.

Las fuentes secundarias que presentará el estudio serán informaciones provenientes de: textos, revistas, Internet, gremios, proyectos anteriores, consultas del Banco Central del Ecuador, Superintendencia de Compañías, Cámaras de la Producción, Comercio, de Pequeñas y Medianas empresas, Federaciones de empresas del Ecuador, Servicio de Rentas Internas, organismos de apoyo gremial y otras fuentes.

Además se recopilará información a través de fuentes primarias como la investigación de campo con el fin de establecer y determinar primordialmente las tendencias de los potenciales clientes y del mercado.

Así se tiene que para generar esta información es necesario, establecer los diferentes sistemas de recolección de datos que se utilizarán, así el sistema para la recolección de datos será:

- Encuestas al mercado objetivo y potenciales clientes: Esta será de selección aleatoria y realizada a empresarios, administradores o gerentes de empresas industriales, manufactureras y de la construcción, dentro de la ciudad.
- Encuesta a clientes actuales de la empresa (encuesta telefónica).

Se tomó en cuenta la realización de una encuesta o cuestionario² para poder conseguir mayor información sobre los requerimientos y necesidades de los potenciales clientes, así como de los actuales, además de información de mercado.

Para poder realizar la primera encuesta se consideró como población, la base de datos de la Cámara de Pequeña Industria y Cámara de Industrias del Guayas, la cual es de 4.147 empresas, como se mencionó anteriormente, aquí se encuentran registradas las pymes y las empresas industriales del Guayas que es nuestro mercado objetivo, por lo tanto, la muestra, la cual fue calculada a partir de la fórmula estándar de muestreo para poblaciones finitas, sería:

Cálculos para la obtención y determinación de la muestra

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

N = 4147
 Z = 1.96
 p = 50%
 q = 50%
 e = 5%

n = 365

De donde se tiene que³:

N: población objetivo

Z: parámetro de la función de distribución de probabilidad para poblaciones normales al 95% de confianza, según la tabla Z

p: probabilidad de ocurrencia de un evento

q: probabilidad de que no ocurra un evento (1-P)

e: Nivel de error de los datos estimados

n: número de encuestas que se utilizará para la recolección de datos

² Para ver el cuestionario utilizado para la entrevista ir al ANEXO 1

³ Fuente: Estadística Comercial, autor: Alvarado Romero-Editorial Norma, 2da Edición

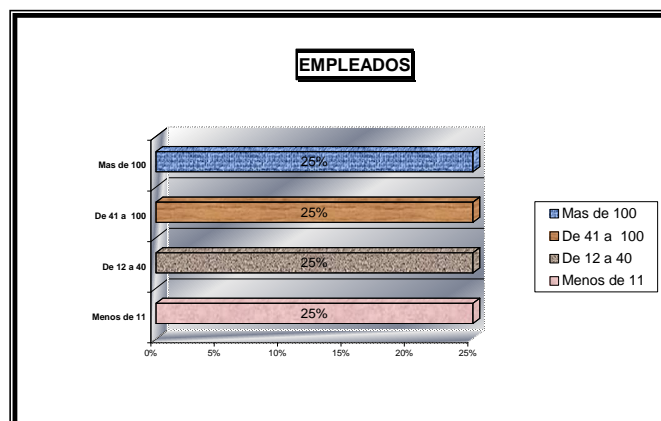
Para la segunda encuesta, se utilizará la base de datos de los clientes de la empresa y se los llamará para poder formular las preguntas según el cuestionario especificado; a partir de esto, toda la información obtenida será analizada y tabulada en hojas de Excel, con el fin de medir el comportamiento de las variables y los resultados obtenidos⁴, lo cual permitirá estructurar planes estratégicos que contemplen los requerimientos, necesidades, sugerencias y otros factores de importancia sobre el mercado.

2.3.2. ANÁLISIS DE DATOS

ENCUESTA A POSIBLES CLIENTES DE SP LOGISTIC S.A.

1.- Número de empleados:

Gráfico 2.5



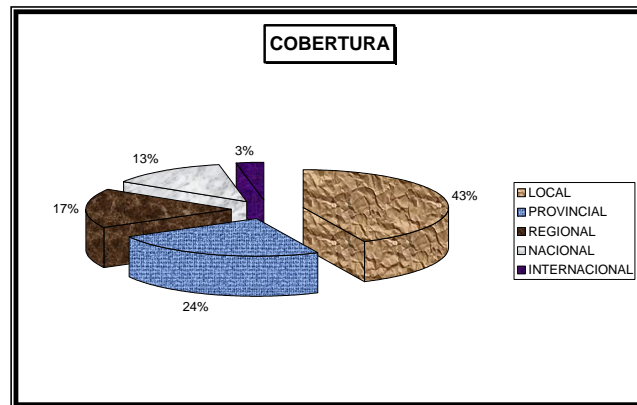
Elaborado por las autoras

Como se puede observar en el Gráfico 2.5 hemos tomado una muestra proporcional, la cual dio como resultado un porcentaje del 25% para cada rango, es decir se entrevistó en el mismo volumen a las microempresas, Pequeñas y medianas empresas (PYMES) y grandes industrias, de tal forma que no se perdió información de ningún potencial nicho de nuestro objetivo.

⁴ Para ver los resultados estadísticos de la investigación de mercado ver el ANEXO 2

2.- ¿Cuál es el área de cobertura de los servicios o productos de su empresa?

Gráfico 2.6

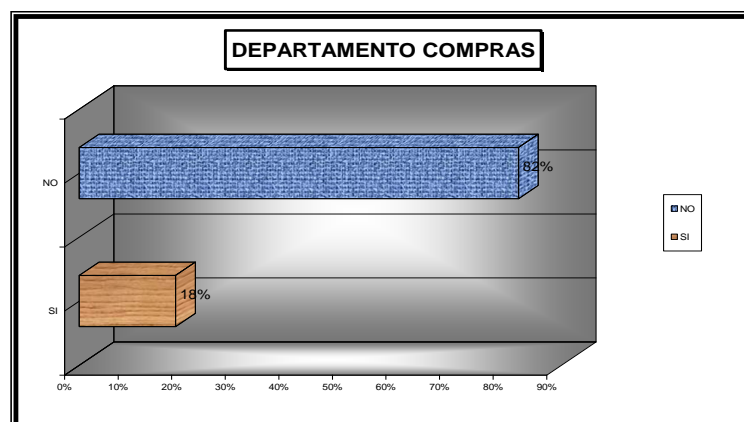


Elaborado por las autoras

Como se muestra en el Gráfico 2.6 el 43% del área de cobertura de los productos o servicios que ofrecen las empresas encuestadas es local, así como también se pudo observar que a nivel de provincia se tiene un nivel de cobertura del 24%, seguida por el 17% a nivel regional, el 13% nacional y el 3% internacional, con esto se pudo comprobar que el 97% de los negocios son empresas que cubren solo el mercado nacional y el 3% restante cubren el mercado internacional.

3.- ¿Tiene usted departamento de compras?

Gráfico 2.7

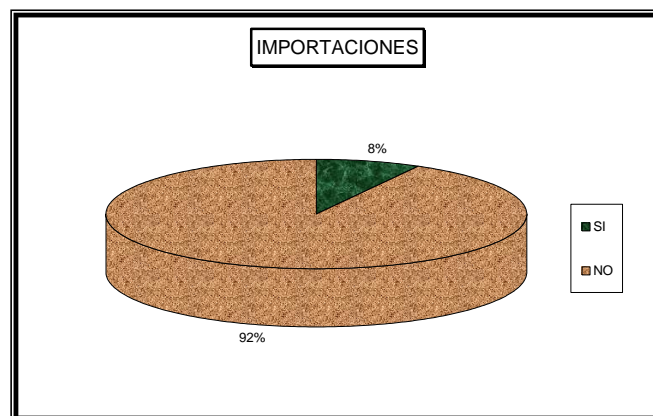


Elaborado por las autoras

Según los resultados del Gráfico 2.8 de la encuesta el 82% de las empresas no poseen un departamento de compras, lo que podría indicar que su volumen de compra no es muy alto o que no tienen presupuesto, sin embargo esto sería una oportunidad para SP LOGISTIC para ofrecer sus servicios como abastecedor de insumos en general, por el contrario solo el 18% si posee un departamento de compras.

4.- ¿Importa algún producto para su empresa?

Gráfico 2.8

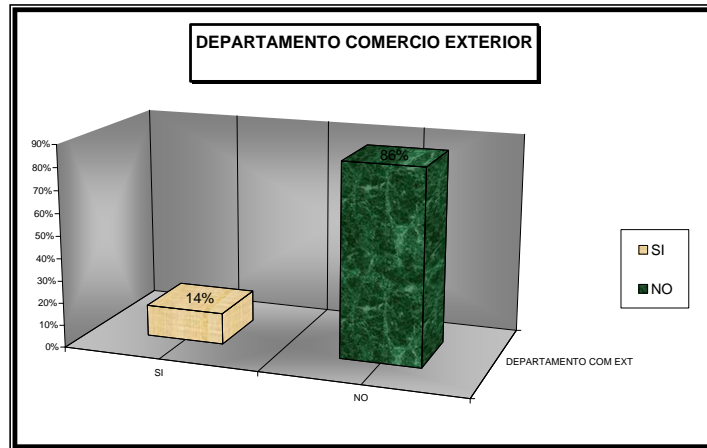


Elaborado por las autoras

Según los resultados de la encuesta solo el 8% de las empresas realizan importaciones para proveerse con algún producto para su empresa, sea esto materia prima, productos para revender, maquinaria u otros. El 92% de las empresas no importan ningún producto.

5.- ¿Tiene usted departamento de comercio exterior?

Gráfico 2.9

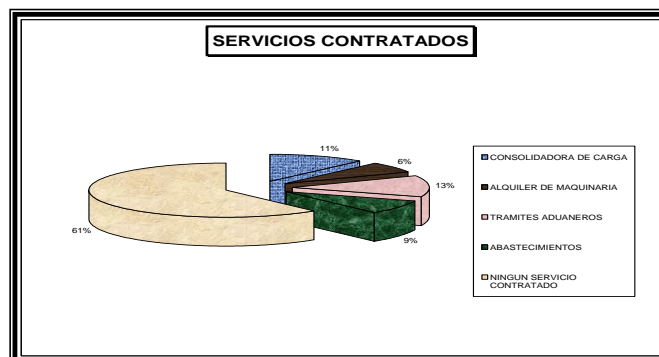


Elaborado por las autoras

Con respecto a que si las empresas encuestadas poseen departamento de comercio exterior nos dio como resultado que el 86% no lo tienen y el 14% si, como se dijo anteriormente esto puede ser una oportunidad para nuestra empresa ya que se pueden ofrecer los servicios como consolidador de carga y trámites aduaneros.

6.- ¿Señale de los siguientes servicios cuales ha contratado anteriormente (tercerizado)?

Gráfico 2.10

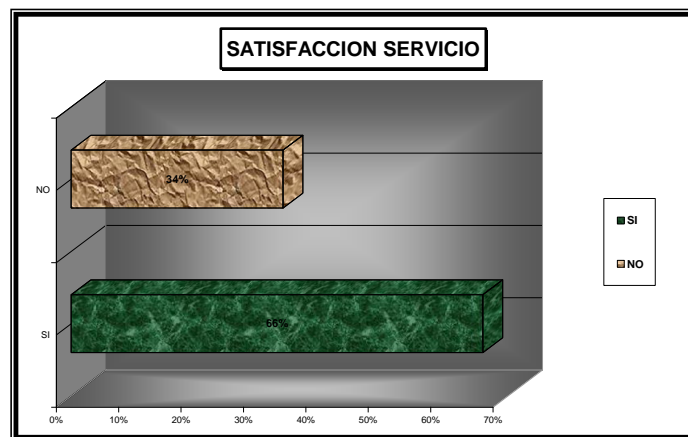


Elaborado por las autoras

Los resultados de las encuestas mostraron que el 61% de los encuestados no han realizado la contratación de ningún servicio, seguido por el 13% que han contratado servicios de trámites aduaneros, mientras que el 11% han contratado servicios de consolidación de carga, el 9% han solicitado compras de abastecimiento de materiales y por último solo el 6% han realizado alquiler de maquinarias.

7.- ¿Ha quedado satisfecho con los servicios que ha recibido anteriormente?

Gráfico 2.11

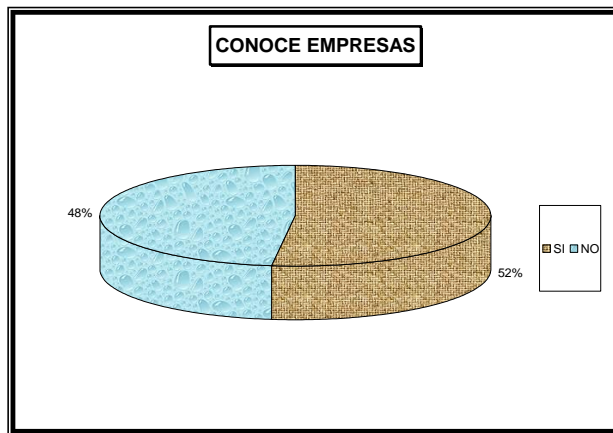


Elaborado por las autoras

Como podemos observar en el Gráfico 2.11, el 66% de las empresas encuestadas han quedado satisfechas con el servicio que han recibido anteriormente, lo cual indica que las necesidades de las empresas han sido parcialmente cubiertas por la competencia, ya que hay un 34% que no está satisfecho el cual podría ser nuestro mercado meta.

8.- ¿Conoce usted el nombre de algunas empresas que ofrezcan servicios integrales de consolidación, trámites aduaneros, alquiler de equipos y maquinarias y abastecimiento de insumos en general?

Gráfico 2.12

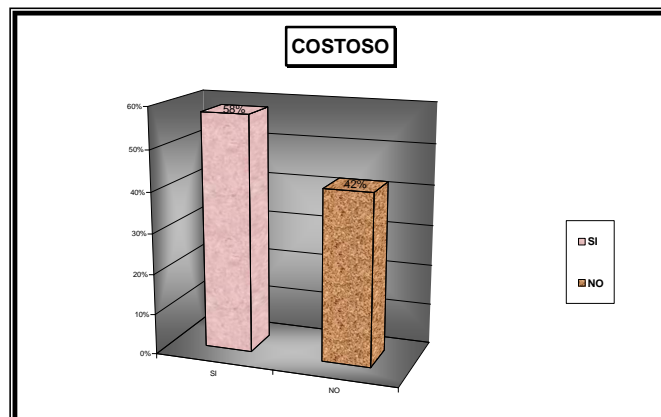


Elaborado por las autoras

En cuanto a la pregunta 8 podemos ver que el 52% de los encuestados conocen empresas que ofrecen servicios integrales de consolidación de carga, trámites aduaneros, alquiler de equipos y maquinarias y abastecimiento de insumos en general entre las que pueden mencionar las siguientes: Ponce & Asociados, Representaciones y Servicios, Golden Logistics S.A., Galaport S.A. Por otro lado el 48% no conocen este tipo de empresas.

9.- ¿Consideraría costoso contratar servicios externos de empresas de consolidación, abastecimiento, alquiler de equipos y maquinarias o de trámites aduaneros?

Gráfico 2.13

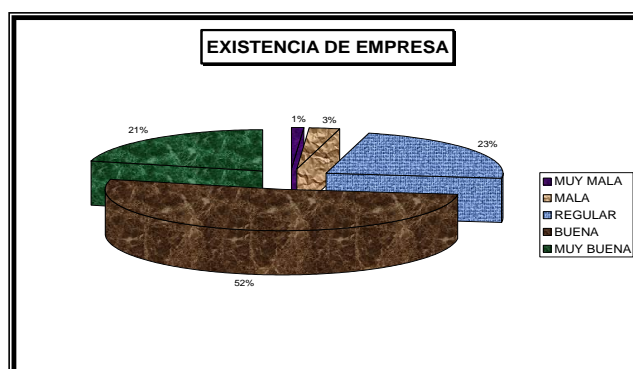


Elaborado por las autoras

Con respecto a la pregunta 9, el 58% de las empresas piensan que les resulta costoso contratar servicios externos de empresas que ofrecen servicios de consolidación de carga, abastecimiento de insumos, alquiler de equipos y maquinarias o trámites aduaneros; mientras que el 42% no considera caro este servicio.

10.- ¿Cómo le parece la idea de que exista una empresa que ofrezca servicios integrales de este tipo?

Gráfico 2.14

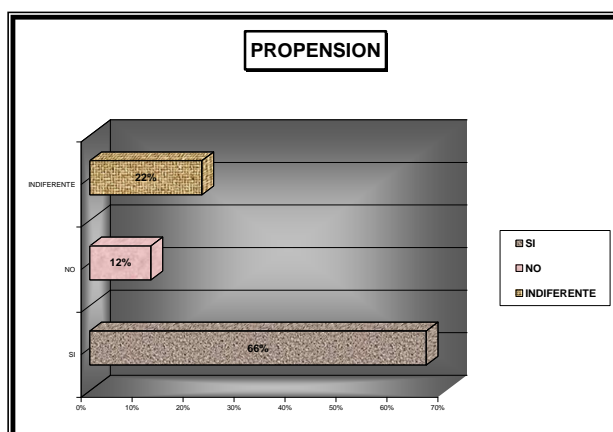


Elaborado por las autoras

Con respecto a la pregunta 10 podemos observar que el 52% de los encuestados piensan que la idea de que exista una empresa que ofrezca servicios integrales es buena, seguido por el 23% que piensan que les parece regular, al 21% les parece muy buena la idea, al 3% les parece mala la idea mientras que al 1% les parece muy mala.

11- ¿Estaría dispuesto a utilizar nuestros servicios integrales de consolidación, trámites aduaneros, alquiler de equipos y maquinarias y abastecimiento de insumos en general?

Gráfico 2.15

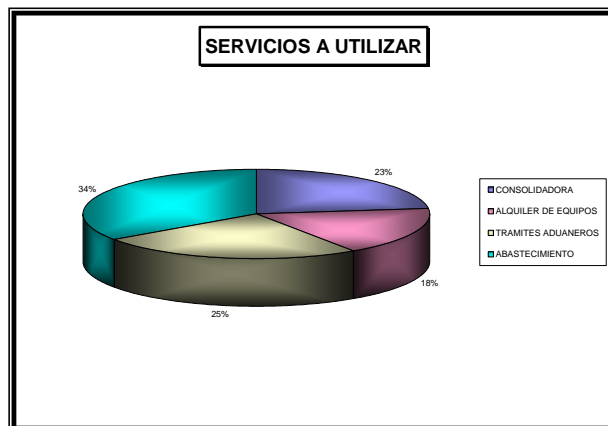


Elaborado por las autoras

Según la encuesta realizada a las empresas el 66% de los encuestados estarían dispuestos a utilizar nuestros servicios integrales de consolidación de carga, abastecimiento de insumos, trámites aduaneros, alquiler de equipos y maquinarias; al 22% le parece indiferente, a lo que representa una oportunidad para promocionar nuestros productos y servicios y el 12% no está dispuesto a utilizar nuestros servicios.

12.- Elija dentro de esta lista qué tipo de servicios estaría dispuesto a utilizar (puede seleccionar múltiples opciones):

Gráfico 2.16

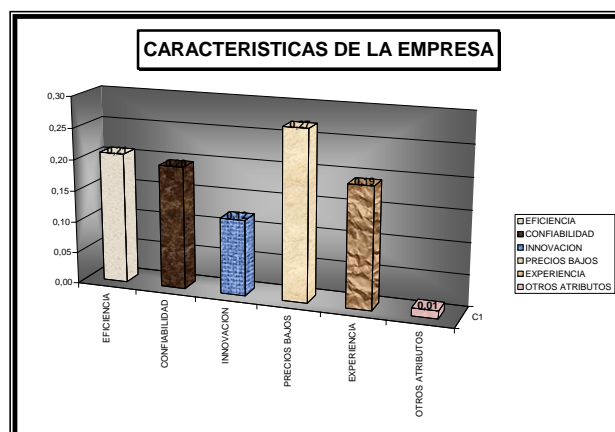


Elaborado por las autoras

Respecto a la pregunta 12; el 34% contestó que estarían dispuestos a utilizar el abastecimiento de materiales para sus empresas, el 25% utilizarían los servicios de trámites aduaneros, mientras que el 23% optó por consolidación de carga y por último el 18% escogió alquiler de equipos.

13.- ¿Qué características desea que tenga la empresa que usted contrataría?

Gráfico 2.17



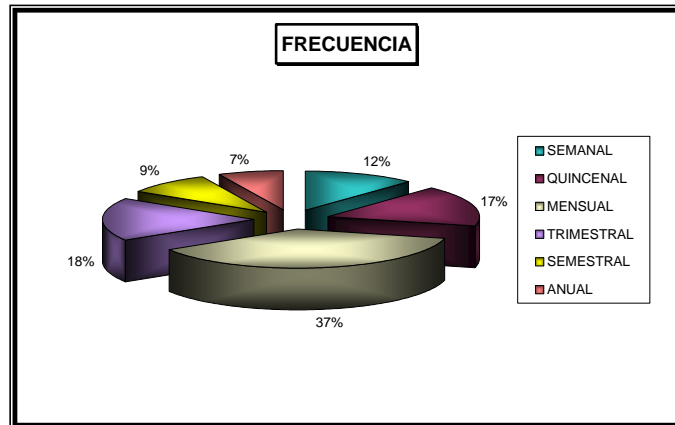
Elaborado por las autoras

Referente a esta pregunta tenemos que el 27% de los encuestados desearían contratar empresas con precios bajos; el 21% prefieren eficiencia, el 20% optan por confiabilidad, seguido del 19% que les gustaría experiencia,

el 12% eligen innovación y el 1% escogen otros atributos; esto indica las expectativas que pueden tener las empresas encuestadas.

14.-¿Con qué frecuencia usted contrataría estos servicios?

Gráfico 2.18

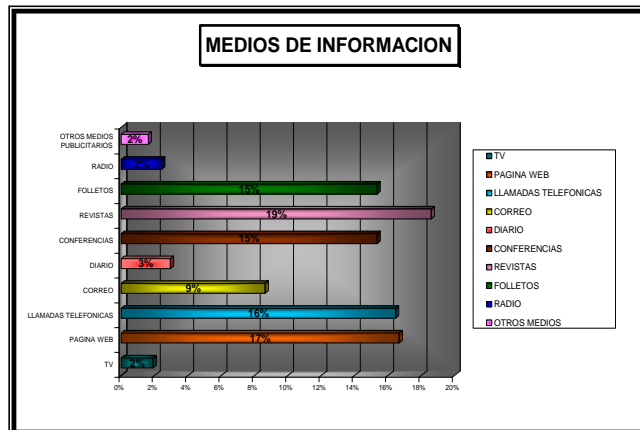


Elaborado por las autoras

En relación a esta pregunta se dieron los siguientes resultados: el 37% de los encuestados respondieron mensualmente; el 18% contratarían de forma trimestral; el 17% quincenal; el 12% contestaron de manera semanal; el 9% semestral y el 7% anual.

15.- ¿Por qué medios quisiera usted conocer u obtener información sobre este tipo de servicios?

Gráfico 2.19



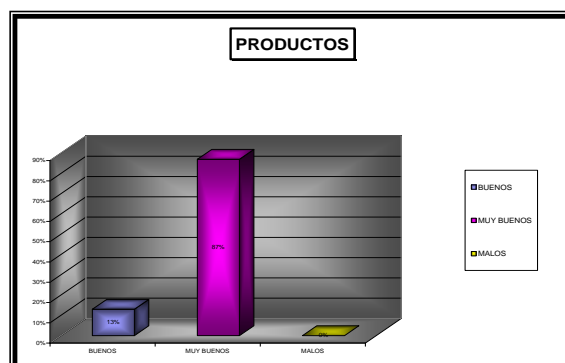
Elaborado por las autoras

Según la encuesta realizada a las empresas el 19% de los encuestados les gustaría ver los anuncios en revistas; el 17% optaron por anuncios en pagina Web; el 16%; prefieren llamadas telefónicas; sobre los medios de folletos y conferencias contestaron el 15% para cada uno; tenemos un 9% que optan por medio de correo electrónico; el 3% prefieren los medios de comunicación a través del diario y el 2% están entre radio, televisión y otros medios de comunicación.

ENCUESTA A CLIENTES ACTUALES

1.- ¿Usted considera que los productos y/o servicios que brinda SP LOGISTIC son buenos o malos?

Gráfico 2.20



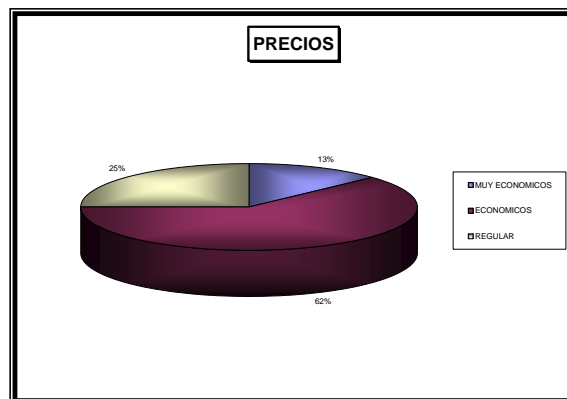
Elaborado por las autoras

Como se puede ver en el Gráfico 2.20 los clientes consideran que los productos que ofrece la empresa son buenos, ya que un 13% contestó de

esa forma. Al mismo tiempo se pudo analizar que el 87% contestó que los productos de la empresa son muy buenos, lo que demuestra que los clientes actuales están satisfechos con los productos de la empresa.

2.- ¿Cree usted que los precios de los productos y/o servicios de SP LOGISTIC son muy económicos, económicos o regulares?

Gráfico 2.21

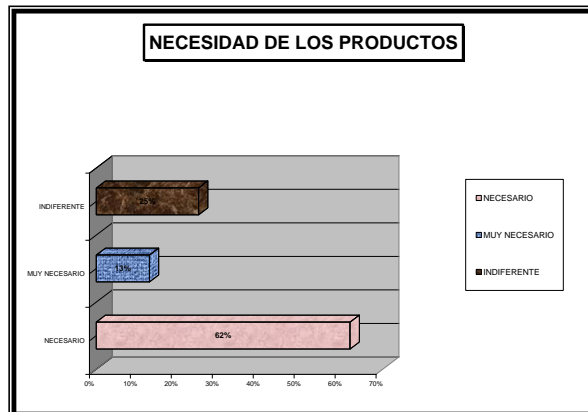


Elaborado por las autoras

Como se puede ver en la encuesta los precios de los productos de la empresa son considerados por nuestros clientes como: 13% muy económicos, 62% como económico y en un 25% como regular. Esto confirma que los precios asignados por la empresa para sus productos son competitivos.

3.- ¿Usted piensa que los productos y/o servicios que brinda SP LOGISTIC a su empresa son indiferentes, necesarios o muy necesarios?

Gráfico 2.22

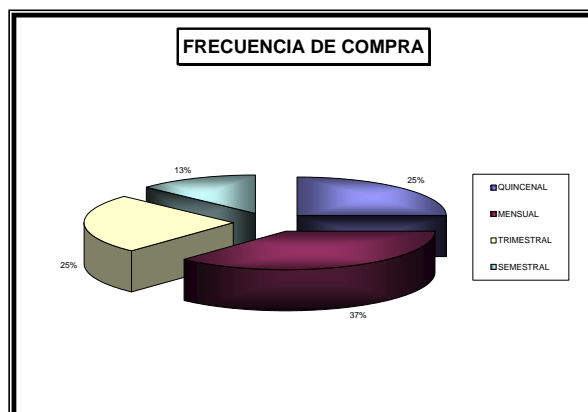


Elaborado por las autoras

Al analizar la encuesta, se pudo constatar que los clientes actuales indican que los productos de la empresa son necesarios, ya que el 62% de los clientes de la compañía opinan que los productos que la empresa ofrece son necesarios para sus operaciones. El 13% en cambio consideró que eran muy necesarios y el 25% consideraron que eran indiferentes. Esto confirma que los productos que ofrece la empresa están acordes con las expectativas y requerimientos de los clientes.

4.- ¿Con que frecuencia solicita los productos y/o servicios de SP LOGISTIC?

Gráfico 2.23

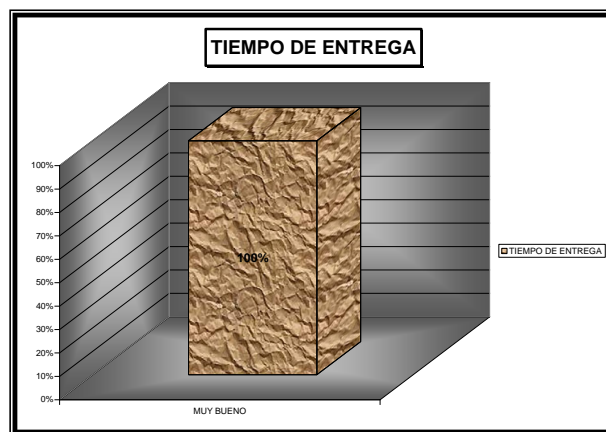


Elaborado por las autoras

Tal como lo indican los resultados de la encuesta, el 37% de los clientes compran de forma mensual a la compañía, así mismo se puede ver que el 25% realizan compras quincenales. También se notó que el 25% de los clientes realizan compras de forma trimestral y en un 13% de forma semestral.

5.- ¿Cuándo ha solicitado los servicios de SP LOGISTIC, el tiempo de entrega es?

Gráfico 2.24



Elaborado por las autoras

Tal como se puede constatar el servicio de la empresa es considerado por los clientes como muy bueno, ya que los tiempos de entrega de la empresa son considerados por los clientes como muy buenos en un 100%, lo cual para los clientes es un signo de eficiencia y buen servicio.

2.4 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Luego de realizar el estudio de mercado, se puede llegar a tener las siguientes conclusiones:

1. El 82% de las empresas no poseen un departamento de compras.
2. Solo el 8% de las empresas realizan importaciones para proveerse con algún producto para su empresa.
3. De las empresas encuestadas, se notó que el 86% no poseen departamento de comercio exterior.
4. El 61% de las empresas encuestadas no han realizado nunca la contratación de algún servicio similar a los nuestros.
5. El 13% de los encuestados han contratado servicios de trámites aduaneros, mientras que el 11% han contratado servicios de consolidación de carga, el 9% han solicitado compras de abastecimiento de materiales y por último sólo el 6% han realizado alquiler de maquinarias.
6. El 66% de las empresas encuestadas han quedado satisfechas con el servicio que han recibido anteriormente por otras empresas similares a la nuestra.
7. El 58% de las empresas piensan que les resulta costoso contratar servicios externos de empresas que ofrecen servicios de consolidación de carga, abastecimiento de insumos, alquiler de equipos y maquinarias o trámites aduaneros.
8. El 52% de los encuestados piensan que la idea de que exista una empresa que ofrezca servicios integrales, como la empresa SP LOGISTIC, es buena.

9. El 66% de los encuestados estarían dispuestos a utilizar nuestros servicios integrales de consolidación de carga, abastecimiento de insumos, trámites aduaneros, alquiler de equipos y maquinarias.
10. Con respecto a nuestros productos, se pudo ver que de los que están dispuestos a utilizarlos, indicaron que el 34% estarían dispuestos a utilizar el abastecimiento de materiales para sus empresas, el 25% utilizarían los servicios de trámites aduaneros, mientras que el 23% optó por consolidación de carga y por último el 18% escogió alquiler de equipos.
11. El 27% de los encuestados desearían contratar empresas con precios bajos; el 21% prefieren eficiencia, el 20% optan por confiabilidad, seguido del 19% que les gustaría experiencia.
12. El 37% de los encuestados respondieron que las compras con respecto a este tipo de servicios las realizan mensualmente; el 18% contratarían de forma trimestral; el 17% quincenal; el 12% contestaron de manera semanal; el 9% semestral y el 7% anual.
13. El 24% de los encuestados prefieren llamadas telefónicas para informarse sobre este tipo de productos; el 17% escogieron por correo; el 16% optaron por un anuncios en página Web; sobre los medios de folletos y conferencias tienen 13% para cada uno; el 5% les gustaría ver los anuncios en revistas; el 4% por otros medios publicitarios el 3% esta para radio y diario; y el 2% prefieren por medio de la televisión.

14. El 87% de nuestros clientes contestó que los productos de la empresa son muy buenos.
15. Los precios de los productos de la empresa son considerados por el 62% como económico y el 25% como regulares.
16. Los clientes actuales indican que de los productos de la empresa, el 62% de los clientes de la compañía opinan que los productos que la empresa ofrece son necesarios para sus operaciones.
17. El 37% de los clientes compran de forma mensual a la compañía, así mismo se puede ver que el 25% indica que las compras que realizan a la empresa pueden ser quincenal.
18. El servicio de la empresa es considerado por los clientes como muy bueno, ya que los tiempos de entrega de la empresa son considerados por los clientes como muy buenos en un 100%, lo cual ante los clientes es un signo de eficiencia y de un buen servicio.