

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



**INSTITUTO DE CIENCIAS MATEMÁTICAS
ESCUELA DE GRADUADOS**

PROYECTO DE GRADUACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

MAGÍSTER EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

TEMA

**Elaboración de Plan de Marketing para una empresa Papelera:
para los productos de Cajas de Cartón Corrugado y Cuadernos**

AUTORES

**Ing. Lidia María Jordan Murillo
Econ. Sandra Elizabeth Villalva Álvarez**

Guayaquil- Ecuador

**AÑO
2008**

01 2 11

AGRADECIMIENTO

A Dios y a la Virgen María.

A mis padres por ser mis consejeros y ser mi soporte.

A mis amiguitas de la maestría que durante dos años me brindaron su amistad e intercambiamos conocimientos.

A mis amigas que durante mis años de estudio han estado presente brindando su apoyo

Lidia María

Agradezco a Dios porque con sus bendiciones me ha dado salud y fortaleza para salir adelante.

"No se vive sin la fe.

La fe es el conocimiento del significado de la vida humana.

La fe es la fuerza de la vida.

Si el hombre vive es porque cree en algo."

Sandra Elizabeth

DEDICATORIA

Este nuevo logro en mi vida lo dedico a mis padres que supieron aconsejarme, guiarme y con su cariño motivarme a seguir adelante, a mi esposo por ser mi apoyo, mi compañero, por su paciencia, por su comprensión, por su amor, a mis hermanos por sus palabras de aliento y a mi querida amiga Lidia por su dedicación y por ser una buena amiga.

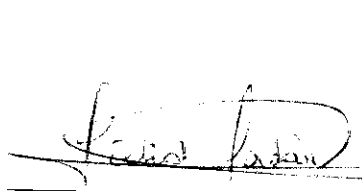
Sandra Elizabeth

A Dios, por ser mi luz y mi guía, a mis papitos, los quiero mucho y quienes siempre me dan su amor y comprensión, a mis hermanas y hermano por estar ahí siempre, a mis tías, tíos y a mis abuelitos, este logro es para todos ellos.

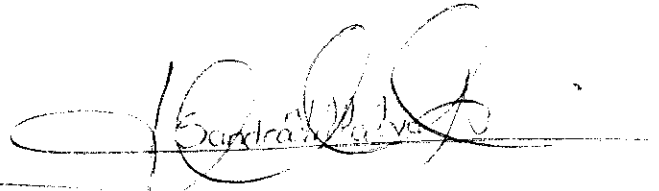
Lidia María

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad de este proyecto de graduación, nos corresponde exclusivamente y el patrimonio intelectual del mismo a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL.
(Reglamento de Graduación de la ESPOL)

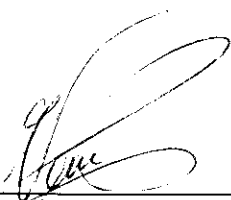


Ing. Lidia María Jordán Murillo



**Econ. Sandra Elizabeth Villalva
Álvarez**

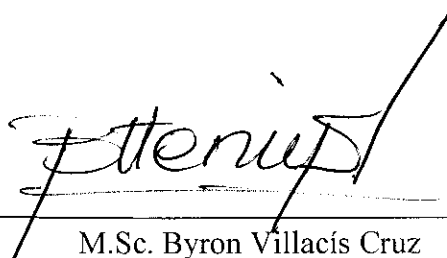
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



M.Sc. Washington Armas Cabrera
DIRECTOR ICM



M.Sc. Félix Ramírez Cruz
COORDINADOR MIM



M.Sc. Byron Villacís Cruz
DIRECTOR Y EVALUADOR DE PROYECTO

	Pág.
3.3 Planteamiento de la Investigación de Mercado	
3.3.1 Alcance del estudio	14
3.3.2 Planteamiento de la Investigación Cualitativa	14
3.3.2.1 Entrevista a Profundidad	14
3.3.3 Planteamiento de la Investigación Cuantitativa	15
3.3.3.1 Encuestas	16
3.3.3.2. Diseño de la muestra	16
3.3.4 Cronogramas	19
3.3.5 Ejecución del proyecto	20
3.3.6 Ejecución de campo	20
3.4 Presupuesto de la Investigación de Mercado	
3.4.1 Presupuesto Investigación Cualitativa	21
3.4.2. Presupuesto Investigación Cuantitativa	22
CAPITULO 4	
4. ANALISIS DE LA INVESTIGACION DE MERCADO	
4.1 Análisis de la Investigación Cualitativa	
4.2.1 Análisis Investigación Cualitativa: Cajas de Cartón Corrugado	23
4.2.2 Análisis Investigación Cualitativa: Cuaderno	34
4.2 Análisis de la Investigación Cuantitativa	
4.2.1 Análisis Investigación Cuantitativa: Cajas de Cartón Corrugado	42
4.2.2 Análisis Investigación Cuantitativa: Cuaderno	52
CAPITULO 5	
5. PLAN DE MARKETING	
5.1 Plan estratégico para producto de Cartones Corrugados	
5.1.1 Misión	63
5.1.2 Visión	63
5.1.3 Objetivos del plan estratégico	63
5.1.4 Matriz Boston Consulting Group (BCG)	64
5.1.5 Análisis FODA	64
5.1.6 Segmentación del Mercado	67
5.1.7 Estrategia del plan de marketing	67
5.2 Plan estratégico para producto de Cuadernos	
5.2.1 Misión	68
5.2.2 Visión	68
5.2.3 Objetivos del plan estratégico	68
5.2.4 Matriz Boston Consulting Group (BCG)	69

5.2.5	Análisis FODA	Pág. 69
5.2.6	Segmentación del Mercado	71
5.2.7	Estrategia de plan de marketing	71
5.3	Planes Operativos	
5.3.1	Indicadores o métodos de evaluación para el plan de marketing para las cajas de cartón corrugado	72
5.3.2	Indicadores o métodos de evaluación para el plan de marketing para los cuadernos	73
	Conclusiones	
	Bibliografía	
	Anexos	

INDICE DE GRAFICOS

		Pág.
Grafico 4.1	Motivación de Hacer Negocios con la Empresa	42
Grafico 4.2	Calificación al personal con relación a la atención	43
Grafico 4.3	Calificación al personal con relación al servicio	43
Grafico 4.4	Calificación al personal con relación a la eficiencia	44
Grafico 4.5	Calificación al personal con relación a la información proporcionada	44
Grafico 4.6	Calificación al personal con relación a la facilidad de comunicación con ejecutivo de ventas	45
Grafico 4.7	Calificación al personal con relación al aporte del ejecutivo de ventas en soluciones	45
Grafico 4.8	Calificación a la calidad del producto en cuanto a su resistencia	46
Grafico 4.9	Percepción de la rapidez en la atención de pedidos urgentes	46
Grafico 4.10	Percepción de la agilidad en el departamento de crédito	47
Grafico 4.11	En que Medio de Comunicación escucho sobre los productos de cajas cartón corrugado	47
Grafico 4.12	Como le gustaría informarse al cliente sobre el producto de Cajas Cartón Corrugado	48
Grafico 4.13	Opinión de los cliente sobre el precio y calidad de las Cajas Cartón Corrugado con respecto a la competencia	49
Grafico 4.14	Percepción de las Cajas Cartón Corrugado	49
Grafico 4.15	Preferencia de elegir a la empresa como proveedora de Cajas Cartón Corrugado	50
Grafico 4.16	Calificación General de la Empresa (UEN)	50
Grafico 4.17	Recomendaría a la empresa	51
Grafico 4.18	Características que destacan a la empresa	51
Grafico 4.19	Cuadernos: Motivación de Hacer Negocios con la Empresa	52
Grafico 4.20	Cuadernos: Calificación al personal con relación a la atención	53
Grafico 4.21	Cuadernos: Calificación al personal con relación a la servicio	53
Grafico 4.22	Cuadernos: Calificación al personal con relación al eficiencia	54
Grafico 4.23	Cuadernos: Calificación al personal con relación a la información proporcionada	54
Grafico 4.24	Cuadernos: Calificación al personal con relación a la facilidad de comunicación con ejecutivo de ventas.	55
		Pág.

Grafico 4.25	Cuadernos: Calificación al personal con relación al aporte del ejecutivo de ventas en soluciones	56
Grafico 4.26	Cuadernos: Percepción de la calidad del producto en cuanto a su resistencia	56
Grafico 4.27	Cuadernos: Percepción de la rapidez en la atención de pedidos urgentes	57
Grafico 4.28	Cuadernos: Agilidad en el departamento de crédito	57
Grafico 4.29	Cuadernos: En que Medio de Comunicación escuchó sobre el producto Cuaderno	58
Grafico 4.30	Cuadernos: Como le gustaría informarse al cliente sobre nuestros Cuadernos	59
Grafico 4.31	Cuadernos: Opinión de los clientes sobre el precio y calidad de nuestros Cuadernos con respecto a la competencia	59
Grafico 4.32	Cuadernos: Percepción de costos versus calidad del producto Cuaderno	60
Grafico 4.33	Cuadernos: Preferencia de elegir a la empresa como proveedora del producto Cuaderno	60
Grafico 4.34	Cuadernos: Calificación General de la Empresa (UEN)	61
Grafico 4.35	Cuadernos: Recomendaría a la empresa	61
Grafico 4.36	Cuadernos: Características que destacan a la empresa	62

INDICE DE TABLAS

		Pág.
Tabla I	Tamaño de la Muestra para Producto: Cajas de Cartón Corrugado	18
Tabla II	Tamaño de la Muestra para Producto: Cuadernos	19
Tabla III	Cronograma del Proyecto General	19
Tabla IV	Cronograma del Proyecto General : Fase Cualitativa	20
Tabla V	Cronograma del Proyecto General : Fase Cuantitativa	20
Tabla VI	Presupuesto del Estudio Cualitativo	21
Tabla VII	Presupuesto del Estudio Cuantitativo	22
Tabla VIII	Listado de Entrevistados: Cajas de Cartón Corrugado	23
Tabla IX	Listado de Entrevistados: Cuadernos	34

INTRODUCCION

Con el desarrollo de este proyecto se realizará un plan de marketing para dos productos que tiene la empresa papelera que es motivo de estudio, analizaremos ambos productos de manera separada, obteniendo información con ayuda de investigaciones cualitativa y cuantitativa.

El primer capítulo nos habla sobre antecedentes del mercado del sector de la industria papelera, y antecedentes empresa que es parte del estudio, indicando las ventas de la empresa durante el año 2007, el rol de la empresa frente al mercado local e internacional, y la participación en el mercado por parte de la empresa.

El segundo capítulo, indica el análisis de la empresa en sus productos de cajas cartón corrugado y cuadernos que son los de mayor rotación en el mercado, se define al cliente, al producto en sí, el precio, la plaza y promoción, también se realiza el análisis de las cinco fuerzas de Porter y un análisis de la demanda de los productos.

El capítulo tres, explica sobre como se realizará la investigación de mercados así como los objetivos generales y específicos del presente estudio, se plantea la definición del problema, el alcance del estudio será para clientes de la ciudad de Guayaquil, además del método de muestreo que se utilizará.

El capítulo 4, se muestran los resultados de los estudios cualitativos y cuantitativos realizados a los clientes de cajas de cartón corrugado y cuadernos, siendo las entrevistas de profundidad y las encuestas las herramientas utilizadas.

El quinto capítulo, se plantea un plan de marketing tanto para los cuadernos y las cajas de cartón en base a los análisis realizados en el capítulo anterior, de igual manera se da pautas de cómo deberían medir los resultados al implementar los planes de marketing. Con el estudio que se realizó se pretende ayudar a los gerentes de la empresa papelera, para que conozcan sus falencias y puedan dar una mejora al servicio y la imagen de la empresa con sus clientes.

CAPITULO 1

1. MERCADO DEL CARTON Y CUADERNO

1.1 Antecedentes

En el país el PIB Nacional se ubica en 48.508.00 millones de dólares y el PIB Industrial se encuentra en 4.081.00 millones de dólares.

La producción de cartón de la empresa se ubica en 450 millones de dólares anuales o 500 mil toneladas métricas; lo cual representa el 11.03% del PIB¹ industrial y el 0.93% del PIB¹ total. La producción de cuadernos se ubica en 20 millones de dólares anuales o 15 mil toneladas métricas; lo cual representa el 0.49% del PIB² industrial y el 0.04% del PIB¹ total.

La industria papelera y cartonera del Ecuador, utiliza el bagazo, reciclado y materia prima importada para la producción de cajas de cartón corrugado y cuadernos, ya que la materia prima del país no cubre a veces las necesidades y las empresas ecuatorianas requieren de mejor calidad para la elaboración de estos productos.

Existen muy pocas empresas que cuenten con propia planta de producción de su materia prima, la mayoría necesita adquirir estos materiales

"El promedio de demanda de cuadernos es de 9 a 10 cuadernos por estudiantes de estrato de nivel medio, el cual aumenta de 10 a 15 cuadernos en nivel alto, durante la temporada alta"³.

La demanda de cartón en el Ecuador se ubica alrededor de 450 millones de cajas de las cuales 260 millones de cajas corresponden a la demanda del

¹ Banco Central del Ecuador-INEC

² Banco Central del Ecuador-INEC

³ Diario El Universo, 2006 Enero

sector bananero y la diferencia corresponde al resto de sectores que demandan cartón.⁴

A nivel latinoamericano Brasil y México son los países con mayor consumo de papel y Ecuador se encuentra en el tercer lugar.

En el Ecuador la industria del cartón comenzó a finales del año 1969, la industria del cuaderno comenzó un poco después.

Los países andinos juegan roles de mercado importantes en la oferta y demanda de productos de la industria de papel y cartón, en este momento, la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones -Corpei- en su publicación Ecuador Exporta, hace un análisis de los mercados latinoamericanos, donde indica que Ecuador se encuentra en la posición 72, con 35 millones exportados ; del ranking mundial de un total de 80 mercados ofertantes con 360 millones de dólares exportados de Colombia, Perú, Ecuador, Bolivia y Chile.

"Las exportaciones ecuatorianas de manufacturas de papel y cartón, se mueven en el mercado andino, pero además abarca el mercado centro y norteamericano, siendo sus principales mercados Colombia, Perú, Panamá y Puerto Rico"⁵

⁴ Revista Bananotas, Edición Octubre 2008.

⁵ Información de Ecuador Exporta.

1.2 Antecedentes de la empresa papelera.

La empresa motivo de estudio fue fundada en la década de los 70. Esta empresa comenzó como un negocio dedicado a la comercialización de papeles y cartulinas para la industria gráfica, durante el año 1974 incursionó en el sector industrial como fabricante de cuadernos y otros elaborados del papel (cuadernos grapados, doble anillo, cosidos, notitas, carpetas manilas, archivadores, cartulinas hojas para fotocopiadora, papel de fax, formularios continuos entre otras variedades que existen ya dentro del mercado). Actualmente cuenta con más de 600 trabajadores, con instalaciones de 80.000 metros cuadrados de terreno y 40.000 metros cuadrados entre bodegas y plantas industriales.⁶

En la década de los 90 ingresan en el mercado de cajas de cartón corrugado micro-corrugadas y plegadizas, contando con un nivel alto de tecnología en el sector cartonero papelerero, siendo la única empresa del país integrada en sus tres divisiones de empaques: Cajas corrugadas flauta B-C, Cajas Micro corrugadas flauta E-N, Caja en cartulinas Dúplex y plegable (para diversos tipos de empaques), brindando además asesoría en el diseño del empaque e impresión de las cajas. Se realiza importante inversión en lo que a tecnología se refiere, para la elaboración tanto de cuadernos como de las cajas de cartón, lo cual se denota que las plantas de esta empresa se encuentran entre las 10 de mayor tecnología de Sudamérica.⁶

Esta empresa es reconocida a nivel nacional, con una proyección internacional en sus productos de cuadernos y cartones corrugados.

⁶ Dato obtenido de la empresa Papelera en estudio.

Los productos de esta empresa papelera, son adquiridos por los siguientes sectores: sector industrial, sector agroexportador, sector floricultor, sector pesquero, sector camaronero, y sector de consumo masivo.

Esta empresa cuenta con el 51% de participación del mercado en los cuadernos, 35% de participación del mercado en los productos de cartón corrugado.

Las ventas de la empresa respecto al producto de cartones fueron de 25 millones de dólares al 2007, en cuanto a las ventas de cuadernos en el 2007 se ubicaron en 15 millones de dólares. El sector bananero es el que mas contribuye al presupuesto de la empresa.

No se han realizado estudios a profundidad para conocer el posicionamiento de la empresa en el Ecuador, al sector de clientes de distribución en lo productos relacionados a los cuadernos, ya que esta empresa tiene identificado a sus productos como unidades estratégicas de negocios, a sus productos entre ellos los cuadernos y los cartones corrugados.

La empresa cuenta con una amplia gama de clientes que van desde los exportadores hasta clientes que solicitan cajas para el consumo interno de su empresa.

CAPITULO 2

2. SITUACION ACTUAL DE LA EMPRESA PAPELERA

2.1 Análisis de la empresa⁷

La empresa cuenta con varios productos para la comercialización, así tiene cartón corrugado, cuadernos, siendo estos los de mayor rotación.

2.1.1 Producto Cartón Corrugado:

2.1.1.1 Definición del cliente.

Para el producto cartón corrugado el cliente es en un 100% el sector industrial que se distribuye en los siguientes sectores:

- Sector industrial.
- Sector agroexportador,
- Sector floricultor,
- Sector pesquero,
- Sector camaronero.

2.1.1.2 Producto

El cartón corrugado se compone de la unión de tres tipos papeles, los cuales son: el externo también denominado tapa o cara, la onda intermedia, y el interno llamada contratapa o contra cara, esta composición de tres tipos de papeles se lo conoce como caja regular, es el tipo de cartón mas demandado. Se utilizan dos tipos de ondas:

ONDA C tiene una altura de 3,6mm.

ONDA B la altura es de aproximadamente 2,5mm.

En el caso de que la caja requiera tener mayor resistencia se utiliza la técnica denominada "doble triple" la cual se forma por la combinación de cinco papeles: un papel extremo de la tapa, un papel

⁷ En los casos de análisis de la empresa para los productos información fue proporcionada por la empresa papelera objeto de este estudio.

interno o contratapa, y entre estos dos papeles se colocan ondas separadas por un tercer papel.

La tapa o cara se puede elaborar con dos tipos de papel:

- a) Papel Kraft Liner.
- b) Papel Blanco.

Las medidas de las cajas son internas y externas, estas medidas difieren una de otra en que la medida externa siempre es la de mayor dimensión. Las medidas se expresan en mm. , y generalmente bajo el siguiente orden:

- a) Largo.
- b) Ancho.
- c) Alto.

El exterior de Las cajas puede ser impreso o no, el valor de las impresiones puedes realizarse desde uno hasta cinco colores.

2.1.1.3 Precio

El precio de los cartones corrugados se ubica entre los 80 centavos y 2 dólares, dependiendo de la calidad, complejidad de la caja, cantidad de colores a imprimir, volumen de compra, tiempo de entrega.

2.1.1.4 Plaza

Los cartones corrugados se distribuyen directamente desde la bodega de producto terminado ubicada en la planta de la empresa y cuyo destino final son las bodegas de los clientes, el transporte para este producto se realiza en un 80% con camiones tercerizados y un 20% camiones propios.

2.1.1.5 Promoción

Para los cartones corrugados la empresa ha decidido no realizar mayor inversión en promoción, se realiza una publicación trimestral

en una revista especializada del sector bananero y la actualización constante de la página de Internet.

2.1.2 Producto Cuadernos:

2.1.2.1 Definición del cliente.

Para el producto cuaderno los clientes se distribuyen de la siguiente manera:

Empresas públicas,
Empresas privadas,
Supermercados,
Librerías.

Siendo los distribuidores los clientes a ser parte del estudio a realizarse, ya que este target no cuenta con un plan de marketing definido en si para ellos.

2.1.2.2 Producto

Los cuadernos se clasifican de acuerdo a las siguientes características: cuadernos grapados, cuadernos espirales, cuadernos universitarios.

Proceso de producción: el *proceso de producción* de los cuadernos se describe en las fases que se detallan a continuación:

Fase 1: Colocación de las bobinas de papel en la maquina. La materia prima principal para la elaboración de los cuadernos es el papel Bond, el cual se adquiere en presentación de bobinas de aproximadamente 750 kls. El proceso de fabricación da inicio con la colocación de las bobinas en la máquina, donde el papel recorre por una serie de cilindros los cuales lo dejan perfectamente estirado y sin ondas.

Fase 2: Rayado de las hojas. Una vez estirado el papel, pasa a la etapa de impresión donde se realizan los distintos tipos de rayados. Luego de terminada la impresión se realiza el corte en pliegos de hojas.

Fase 3: Colocación de portadas y contraportadas. Los pliegos de hojas se acumulan en grupos, según el número de hojas que tendrá el cuaderno, Luego la máquina coloca las portadas y contraportadas a cada grupo de hojas.

Fase 4: Colocación del espiral. Los cuadernos son transportados por una banda hacia la etapa de perforado. La cual consiste en perforar todo el lateral izquierdo del cuaderno con pequeños orificios donde se colocara el espiral.

Fase 5: Apilamiento, emplastizado. Una vez listo el cuaderno avanza por una banda transportadora hasta el proceso de apilamiento donde los cuadernos se apilan de acuerdo a la capacidad de la caja, luego se colocan los cuadernos en una bolsa plástica la cual se sella mediante un sistema de calor; finalmente se identifican los paquetes con una etiqueta que contiene información sobre el tipo de cuaderno, la cantidad por paquete, y el diseño y la línea de que se trate, finalmente son empaquetados en las cajas y están listos para la distribución.

2.1.2.3 Precio

El precio de los cuadernos oscila desde 60 centavos hasta 6 dólares, depende de la calidad, el número de hojas, estilo y diseño.

2.1.2.4 Plaza

Los cuadernos se distribuyen desde la bodega de producto terminado ubicada en la planta de la empresa a los almacenes,

supermercados, empresas, librerías, el transporte se lo realiza con camiones propios.

2.1.2.5 Promoción

Para los cuadernos se realiza una inversión mucho más fuerte, se realizan campañas publicitarias en medios impresos y medios televisivos, se utilizan como personaje de portada a modelos reconocidos a nivel nacional, se efectúan eventos en centros comerciales para promocionar los cuadernos, se realizan concursos por las compras de los cuadernos.

2.2 Análisis de la Industria: Estudio de las cinco fuerzas de Porter⁸

Por medio de este análisis se identificarán los factores que pueden influir sobre el grado de competencia en la industria. El estudio del análisis de las Cinco Fuerzas de Porter se centra en:

2.2.1 Amenaza de nuevos competidores

Uno de los principales requisitos para poder ingresar al altamente competitivo mercado papelerero en particular en la producción de las cajas de cartón corrugado y cuadernos son las economías de escala. En este sentido, las empresas con mayor capacidad de producción y con mayor integración vertical son las que pueden obtener mayores beneficios, para lo cual se requieren fuertes montos de inversión. Asimismo, el manejo adecuado en las mezclas de las materias primas y la amplia base de clientes cultivada por cada empresa en particular, es un activo que se obtiene en base a una larga experiencia en la industria. Consecuentemente, al menos en el, corto plazo, consideramos que la importancia de esta fuerza es "baja".

⁸ Información recolectada de la Empresa Papelera y Cámara de Industrias.

2.2.2 Poder de negociación de los proveedores

El principal insumo de la industria papelera es la pulpa de papel y el bagazo, los cuales representan en promedio entre 50% y 60% del costo de producción del papel. El abastecimiento de papel, dependiendo del tipo de materia prima, se realiza de diversas formas. Localmente se tiene una amplia base de proveedores (papel reciclado y bagazo), e internacionalmente se realiza principalmente a través de grandes comercializadoras internacionales, aunque en algunos casos se adquiere la pulpa directamente de los productores. El precio del papel depende de diversas variables como las perspectivas de crecimiento de los países desarrollados y el incremento de la demanda en otros países, lo cual hace imposible poder controlar su evolución. Sin embargo, es importante destacar que en los últimos dos años el poder de negociación de los proveedores ha disminuido debido a la caída en la demanda mundial por papel, lo que generó una sobreoferta en el mismo (con la consecuente caída en el precio de la pulpa) y permitió que las empresas papeleras puedan negociar mejores precios en sus materias primas. Como ya mencionamos, el mayor uso de papel reciclado es un factor detrás de esta caída de los precios. No obstante, en términos comparativos, esta es la fuerza más importante, pudiéndose calificar su importancia como "alta".

2.2.3 Poder de negociación de los clientes

Los productos del sector papelerero al ser bienes de uso masivo, tienen una amplia gama de clientes, tanto minoristas como mayoristas, lo que hace poco probable que estos puedan ejercer un gran poder de negociación sobre la industria. La distribución de sus productos en el mercado es variada, pero, en general, esta la realizan las mismas empresas productoras, lo que reduce aún más la importancia que podría tener esta fuerza. Adicionalmente, existen diversas empresas importadoras de papel y derivados de menor tamaño que son básicamente distribuidoras. Por lo tanto, la importancia de esta fuerza puede ser calificada, como "baja".

2.2.4 Productos sustitutos

No existen sustitutos relevantes para el papel y sus productos derivados, cartón y cuadernos. Dichos productos mantienen una participación importante dentro del consumo de las empresas en sus diferentes presentaciones. Sin embargo, existe un sustituto que podría hacerle frente a los cartones: el plástico, pero dada la creciente tendencia hacia lo ecológico este posible sustituto iría perdiendo fuerza. En todo caso, la sustitución de productos se da al interior de la industria. Sin embargo, quedaría latente la amenaza, consideramos que dicha amenaza es poco relevante. En tal sentido, la importancia de esta fuerza es "baja".

2.2.5 Rivalidad entre competidores

El sector papelerero se ha caracterizado por ser uno de los de mayor competencia en la industria manufacturera. La demanda interna se encuentra en una competencia normal, la empresa trata de ingresar a otros mercados sin descuidar el interno, en estos momentos se ha asumido la producción de cajas de una empresa que era competencia directa con lo cual queda demostrado que la rivalidad interna es "baja".

2.3 Análisis de la Demanda ⁹

La empresa es líder en la producción de cuadernos y cartones cuenta con una participación de mercado del 51% y el 35% respectivamente.

Demanda de cuadernos

En el 2008 la empresa incremento la producción de cuadernos en un 10% como resultado del incremento en la demanda total por lo que se realizo mayor inversión en maquinaria e insumos para la elaboración de cuadernos.

⁹ Información proporcionada por la Empresa.

Demanda de Cartones

En el 2008 se incremento la producción de cartones en un 15%, las ventas totales en el año 2007 fueron de 25 millones de dólares, se conoce que existen oportunidades de crecimiento en la demanda de productos agrícolas no tradicionales como las flores, brócoli, piñas, papayas, sandias, mangos, etc.

También existen importantes oportunidades para el crecimiento de las exportaciones de atún y otros productos agroindustriales.

CAPITULO 3

3. INVESTIGACION DE MERCADO

3.1 Definición del problema

La empresa papelera es reconocida a nivel nacional, sus directivos están pensando en realizar una readecuación de la cartera de sus clientes, y desean conocer como se encuentra posicionada su empresa, para lo cual necesitan un plan de marketing en sus diferentes procesos, comenzando con los clientes directos y primarios de la empresa en los productos de cartón corrugado y cuadernos.

3.2 Objetivos de la investigación de mercado

3.2.1 Objetivo General

- Establecer el perfil de los clientes que son parte de esta investigación
- Identificar características que definan a la empresa y a los clientes

3.2.2 Objetivos Específicos

- Conocer las necesidades de los clientes con relación al servicio de atención
- Conocer la imagen de la empresa con relación a la industria que se desenvuelve.
- Establecer la imagen de productos que son parte del estudio.
- Conocer necesidades de los clientes
- Conocer atributos referentes a la empresa

- Conocer la percepción de los clientes con la empresa papelera
- Identificar las necesidades de los clientes, según el perfil
- Conocer las necesidades de los clientes y sus preferencias de los productos al momento del servicio
- Conocer los puntos débiles que ve el cliente con relación a la empresa y sus productos.

3.3 Planteamiento de la Investigación de Mercado

A continuación se detallará como se realizará la investigación tanto cualitativa como cuantitativa.

3.3.1 Alcance del estudio

El estudio comprenderá con solamente clientes de la ciudad de Guayaquil

3.3.2 Planteamiento de la Investigación Cualitativa

Como parte de la investigación de mercados, se realizará entrevistas a profundidad como método cualitativo

3.3.2.1 Entrevista a Profundidad¹⁰

Es una entrevista personal que utiliza la indagación exhaustiva para lograr que un solo encuestado hable libremente y exprese en detalle sus creencias y sentimientos sobre un tema. El propósito de esta técnica es llegar más allá de las reacciones superficiales del encuestado y descubrir las razones fundamentales implícitas en sus actitudes y comportamiento. Obtener comentarios libres y detallados que incluyan sentimientos, ideas u opiniones que ayuden a comprender mejor los elementos diferentes de los pensamientos del sujeto y las razones de éstos. Hacer que el

¹⁰ Malhotra (2004) Investigación de Mercados

entrevistado comunique tanto como sean posibles sus conocimientos y conducta hacia determinado tema u objeto.

La duración de la entrevista será de 30 minutos, máximo 1 hora.

Se realizó este tipo de estudio debido a que era mas conveniente conocer a los diferentes tipos e clientes como la empresa los tiene divididos, ya que los clientes no son homogéneos entre si.

Las entrevistas se las la hará a los jefes o a las encargados que tienen contacto con la empresa papelera en el tema relacionado al cartón, y al los clientes primarios que se definió para lo relacionado con el producto de los cuadernos. Alrededor de 14 clientes se realizará las entrevistas de profundidad, por una persona que tiene experiencia en el sector papelerero (Sandra Villalva) y con la asesoría de una psicóloga clínica (Ps. Cl. Lorena Cuesta) quien le dará pautas antes de realizar las entrevistas.

Estas entrevistas se utilizarán para realizar un estudio posterior en lo relacionado con el sector del cartón y cuadernos. ANEXO 1

3.3.3 Planteamiento de la Investigación Cuantitativa

La investigación cuantitativa, comprenderá realizar encuestas a los clientes de los cuadernos y del cartón. Existen dos tipos de clientes en los cuadernos, siendo de interés los clientes primarios; se define a *clientes primarios* como los distribuidores de los cuadernos y a *clientes secundarios* como los estudiantes, padres de familia y consumidores en general de productos de cuadernos. Se

define a los clientes de los cartones las empresas que soliciten este servicio.

3.3.3.1 Encuestas

Se diseño una encuesta que será aplicada tanto a los clientes de los productos de cartón corrugado y los clientes primarios de los cuadernos (distribuidores). ANEXO 2

El cuestionario cuenta con variedad de preguntas para poder obtener para conocer las expectativas de los clientes.

3.3.3.2. Diseño de la muestra

Para obtener la información necesaria, se reviso la cartera de clientes de la empresa que es objeto de estudio, así se obtuvo que el total de clientes del producto del cartón corrugado es de 281 clientes, y los clientes primarios de los cuadernos son alrededor de 287 clientes.

3.3.3.2.1 Universo¹¹

El universo es el conjunto de entes en cuyas características estamos interesados o deseamos investigar, en este caso son los clientes de la EMPRESA PAPELERA.

3.3.3.2.2 Muestra¹²

Es un subconjunto del universo o de la población, dependiendo de que se haya seleccionado a u grupo de elementos o un grupo de mediciones, en este caso serian los clientes que se encuentren en la ciudad de Guayaquil.

¹¹ Cesar Perez, Tecnicas de Muestreo

¹² Cesar Perez, Tecnicas de Muestreo

3.3.3.2.3 Marco Muestral

Es una representación de los entes investigados (simbolismo de los entes), también puede ser definido como una representación simbólica de la población.

3.3.3.2.4 Calculo de la Muestra

El tipo de muestreo que se utilizará será el de estratificación, se tomará en cuenta los siguientes criterios

CALCULO DE LA MUESTRA DE PRODUCTO DE CARTON CORRUGAGO

No. de clientes:	N = 281
Error de diseño:	E = 0.03
Nivel de confianza:	$\alpha = 95\%$
Probabilidad de éxito o fracaso:	p=0.5 q=0.5

El número de clientes, fue obtenido de la base de clientes que tiene la empresa. Con estos criterios se los reemplazo en la formula para obtener el tamaño de la muestra

$$n_o = \frac{Z_{\alpha/2}^2 p(1-q)}{E^2}$$

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}}$$

Así el tamaño de la muestra para los productos de cartón fue de 176, como se utilizo el muestro estratificado con afijación proporcional, los estratos se tomaron los niveles

como tienen clasificados a clientes dentro de la empresa, como se detalla a continuación:

Tabla I
Tamaño de la Muestra para Producto: Cajas Carton

ESTRATOS	No. CLIENTES	AFIJACION PROPORCIONAL	MUESTRA
N1	5	0,02	3
N2	52	0,19	33
N3	82	0,29	51
N4	142	0,51	89

CALCULO DE LA MUESTRA DE PRODUCTO DE CUADERNOS

No. de clientes:	N = 287
Error de diseño:	E = 0.08
Nivel de confianza:	95%
Probabilidad de éxito o fracaso:	p=0.5 q=0.5

Al igual que en los cartones, se utilizan los criterios descritos, y reemplazando estos valores en la formula se obtiene el tamaño de la muestra, y se trabaja con muestreo estratificado con afijación proporcional para los dos estratos que se forman en los clientes de los cuadernos,

$$n_o = \frac{Z_{\alpha/2}^2 p(1-q)}{E^2}$$

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}}$$

Así el tamaño de la muestra para los productos de cartón fue de 97, como se muestra en el cuadro siguiente los estratos y su afijación con el respectivo tamaño de muestra.

3.3.6 Ejecución de campo

TABLA No. IV
CRONOGRAMA DEL PROYECTO GENERAL: FASE CUALITATIVA

Cronograma del Proyecto General	
Elaboración de un Plan de Marketing para una empresa papelera: para los Productos Cartón Corrugado y Cuadernos	
Fase: Cualitativa	
Actividades	OCTUBRE
	S D L M M J V S D L M M J V
	18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
Diseño de la guía	
Revisión de la guía / Entrenamiento	
Logística (armar horario de visitas, confirmar citas)	
Trabajo de Campo	
imprevistos de visitas	
Revisión de entrevistas (Transcripción)	
Análisis	

Se planteo un cronograma para realizar las entrevistas de profundidad, se realizo un cronograma con fechas programadas para los clientes.

TABLA No. V
CRONOGRAMA DEL PROYECTO GENERAL: FASE CUANTITATIVA

Cronograma del Proyecto General	
Elaboración de un Plan de Marketing para una empresa papelera: para los Productos Cartón Corrugado y Cuadernos	
Fase: Investigación Cuantitativa	
Actividades	OCTUBRE
	S D L M M J V S D L M M J V
	18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
Diseño del cuestionario	
Prueba Piloto	
Logística (armar horario de visitas, confirmar citas)	
Trabajo de Campo	
Tabulación y Codificación	
Digitación	
Análisis	

Se diseñó un cronograma con tiempos para el diseño, prueba, armado de logística confirmación de base de datos, para realizar las llamadas telefónicas de los clientes.

3.4 Presupuestos

Se armaron presupuestos para realizar el estudio de investigación de mercado, lo cual se detalla a continuación

3.4.1 Presupuesto Investigación Cualitativa

Se detalla el presupuesto de la investigación cualitativa, que se realizó las entrevistas de profundidad

**TABLA No. VI
PRESUPUESTO ESTUDIO CUALITATIVO**

Detalle del Presupuesto para Estudio Cualitativo

Actividades de campo	USD	Unidades	Total
Entrevistas	\$ 8,00	16	\$ 128,00
Movilización encuestadores	\$ 1,00	16	\$ 16,00
Transcripción	\$ 2,00	16	\$ 32,00
Trab. Oficina	\$ 15,00	2	\$ 30,00
Copias	\$ 1,00	5	\$ 8,00
Total Campo			\$ 214,00
Imprevistos 10%			\$ 21,40
SUBTOTAL			\$ 235,40
Costos Fijos 20%			\$ 47,08
Análisis de Información			
Director de proyecto - Investigador	\$ 300,00	1	\$ 300,00
Asesoría Psicóloga	\$ 50,00	1	\$ 50,00
Obsequios			\$ 128,00
SUBTOTAL			\$ 760,48
Otros			\$ 12,00
TOTAL			\$ 772,48

3.4.2. Presupuesto Investigación Cuantitativa

A continuación se dará los resultados más significativos del estudio cuantitativo que se realizó con llamadas telefónicas.

TABLA No. VII
PRESUPUESTO ESTUDIO CUANTITATIVO

Detalle del Presupuesto para Estudio Cuantitativo

Actividades de campo	USD	Unidades	Total
Encuestas	\$ 1,50	273	\$ 409,50
Supervisión	\$ 1,00	136,5	\$ 136,50
Revisión	\$ 0,90	200	\$ 180,00
Tab / Cod	\$ 0,45	273	\$ 122,85
Digitación	\$ 0,30	273	\$ 81,90
Trab. Oficina	\$ 20,00	2	\$ 40,00
Varios (copias/imprenta)			\$ 20,00
Total Campo			\$ 990,75
Imprevistos 10%			\$ 99,08
SUBTOTAL			\$ 1.089,83
Costos Fijos 35%			\$ 381,44
Análisis de Información			
Director de proyecto - Investigador	\$ 300,00	1	\$ 300,00
SUBTOTAL			\$ 1.771,26
Otros			\$ 100,00
TOTAL			\$ 1.871,26

El valor total del estudio es de \$ 2.643.74

CAPITULO 4

4. ANALISIS DE LA INVESTIGACION DE MERCADO

4.1. Análisis Cualitativo

Se realizará entrevistas de profundidad a los clientes de los cuadernos y cartón, 6 y 8 clientes respectivamente, con el propósito de conocer las diferentes perspectivas de los clientes relacionados a diferentes temas como es el servicio al cliente, calidad del producto y conocer en algo los sentimientos de los clientes hacia la empresa, sabiendo que se enfocaran a los productos como las unidades de negocio que se maneja dentro de la empresa. Se anexa las transcripciones de las entrevistas de profundidad. Anexo 2

4.1.1 Análisis Cualitativo: Producto Cartón Corrugado

En esta parte se describe el análisis cualitativo para el producto cartón corrugado, el cual consistió en desarrollar entrevistas de profundidad a los Gerente Generales, Gerentes, coordinadores, representantes y asistentes de compras.

TABLA VIII
LISTADO DE ENTREVISTADOS: CARTON CORRUGADO

REPORTE DE DATOS GENERALES DE LOS ENTREVISTADOS ESTUDIO CUALITATIVO PRODUCTO CARTON CORRUGADO			
CODIGO	CARGO	GENERO	EDAD
E1	GERENTE GENERAL	HOMBRE	49
E2	JEFE DE COMPRAS	HOMBRE	30
E3	JEFE DE COMPRAS	MUJER	40
E4	GERENTE DE COMPRAS	HOMBRE	51
E5	REPRESENTANTE DEPARTAMENTO DE ADQUISICIONES	MUJER	45
E6	JEFE DE COMPRAS	HOMBRE	35
E7	GERENTE GENERAL	HOMBRE	56
E8	ASISTENTE DE COMPRAS	HOMBRE	28
TOTAL DE ENTREVISTAS			8

A continuación presentamos los resultados más relevantes de las respuestas de los entrevistados a las diferentes preguntas que se realizaron durante la entrevista de profundidad:

1. Que le motivo a hacer negocios con la empresa?

ANALISIS:

Los siguientes motivos son los que motivaron a los clientes a hacer negocios con la empresa:

- Visita del Gerente de la empresa,
- Malas experiencias con proveedores anteriores,
- Insistencia del vendedor.
- Mantienen varios proveedores,
- Buena calidad del producto y servicio.

OPINIONES:

E1: "Lo que me motivo a hacer negocios con la empresa fue a partir de la visita que recibí por parte del Gerente quien me presento una interesante propuesta y además me brindo una imagen de confianza y seguridad respecto a la empresa."

E2: "Después de malas experiencias con el anterior proveedor de cartón eso nos motivo a buscar otras opciones y entre las que buscamos nos decimos por esta empresa."

E3: "Lo que nos motivo a hacer negocios con la empresa le soy sincera fue la insistencia del vendedor, nos visito tantas veces ofreciendo el producto que le colocamos un pedido mínimo para ver si los podíamos considerar como opción."

E4: "Nosotros siempre compartimos la compra entre varios proveedores, ese es el motivo porque nos decidimos a hacer negocios con la empresa,

lo hacemos para disminuir el riesgo de quedarnos sin cajas en caso de que uno de los proveedores no pueda cumplir.”

E5:”Fue una decisión del Presidente de la compañía, asumo que negociaron directamente con el y analizo los beneficios, de lo que yo se uno de los motivos fue las buenas referencias en cuanto a la calidad del producto.”

2. Que opciones según usted le brinda la empresa?

ANALISIS:

A continuación las opciones más importantes que brinda la empresa:

- Calidad
- Flexibilidad
- Atención personalizada
- Crédito

OPINIONES:

E2:”Nos brinda calidad en las cajas, ofrecen una buena combinación en los papeles lo cual nos otorga un buen nivel de resistencia en las cajas.”

E3:”Entre las opciones que me ofrece esta el que pueden realizar cambios en las estructuras de las cajas que hemos requerido de acuerdo a nuestras necesidades, esto a las otras empresas se les hace más complicado.”

E6:”Entre las opciones que nos brinda la empresa están la atención personalizada y rápida, la buena calidad del producto que fabrican es muy importante para nosotros.”

E7:”A nuestra empresa nos brinda opciones como el crédito porque dentro de nuestra política esta trabajar bajo esa condición, otra opción

importante es la calidad del cartón esto es más relevante aun porque cuidamos que todo vaya de la mano con la excelente calidad de nuestros productos.”

3. Mencione calificativos que para Ud. Describan la empresa.

ANALISIS:

A continuación listamos los calificativos que describen a la empresa:

- Flexible
- Responsable
- Atención cordial, eficiente
- Brinda seguridad

OPINIONES:

E3: “Yo describo la empresa como flexible y responsable.”

E5: “Atención cordial, profesionales, eficientes, responsables.”

E8: “Eficaz, puntual, una empresa seria y que nos brinda seguridad.”

4. Que opina de la atención del servicio pre y post venta?

ANALISIS:

A continuación señalamos las opiniones respecto al servicio pre y post-venta:

PRE-VENTA

Bueno

Regular

Ágil y efectivo

POST-VENTA

No lo han recibido

Bueno

Regular

OPINIONES:

E3: "El servicio pre-venta es muy bueno como le dije anteriormente la insistencia del vendedor fue lo que nos hizo decidir por la empresa hasta ahora nos atiende muy bien y siempre esta pendiente de darle seguimiento a nuestros requerimientos. El servicio post-venta no lo puedo calificar porque no hemos recibido este tipo de atención."

E4: "La atención que hemos recibido ha sido regular, la vendedora que nos atiende no es muy eficiente, siempre comete errores pero al menos los ha sabido resolver.

El servicio post-venta lo califico como bueno, porque nos han ayudado a resolver los problemas que se nos han presentado."

E6: "En cuanto al servicio pre-venta ofrecen un servicio ágil y efectivo.

El servicio post-venta lo califico como regular, a mi parecer le falta mas desarrollo de este servicio, porque el seguimiento luego de la venta debe ser continuo."

E7: "La atención que brindan es satisfactoria, la ejecutiva de cuenta es una persona muy eficiente, dinámica, nos brinda una excelente atención, no tengo quejas al respecto. El Servicio Post-venta para mi parecer no es muy completo deberían saber solucionar los problemas que se presenten hace como un mes se llamo al personal del servicio post-venta por un inconveniente que se presento respecto al tipo de cajas porque nos estaban entregando un modelo que en ese momento no requeríamos en lugar del que si necesitábamos, se supone que ellos nos tenían que ayudar a solucionar el problema pero no tuvieron la predisposición de hacerlo, solo dijeron que llamemos a la bodega para averiguar que había pasado, eso no me pareció buen servicio."

5. Cual es su apreciación de la empresa?

ANALISIS:

A continuación listamos las diferentes apreciaciones sobre la empresa:

- Ordenada
- Cumple con normas de calidad
- Agilidad en la atención
- Eficiente
- Confiable

OPINIONES:

E2: "Es una empresa con mucha responsabilidad y agilidad en la atención."

E6: "Tengo en general una buena imagen de la empresa, es eficiente y confiable."

E8: "La empresa nuestro parecer esta bien estructurada, tienen procesos ordenados, cumplen con las normas de calidad."

6. Si pudiera mejorar algún servicio de la empresa, cual seria?

ANALISIS:

A continuación listamos las opciones de mejora de los diferentes servicios de la empresa:

- Mejorar la atención del vendedor
- Mejorar el servicio de entrega para disminuir los retrasos
- Mejorar el servicio post-venta.

OPINIONES:

E4: "Mejoraría la atención y agilidad por parte del vendedor, también recomendaría mejorar el cumplimiento en las fechas de entregas porque este año hemos tenido muchos retrasos y eso nos ocasiona pérdidas."

E5: "Mejoraría el servicio de entrega porque me da la impresión que están un poco descoordinados, la semana pasada se retrasaron en despachar mi producto porque según ellos no estaba producido aun y cuando revisaron ya estaba listo."

E7: "Mejoraría el servicio post-venta como le comente no tuve una buena experiencia con este departamento, también la bodega de despacho a mi parecer requiere un análisis para seleccionar mejor al personal porque la coordinadora de despachos no da un buen servicio."

7. Generalmente con que departamento o persona de la empresa tiene mayor contacto?

ANALISIS:

A continuación listamos las personas o departamentos con los que los clientes entrevistados tienen mayor contacto:

- Vendedor
- Bodega de despacho
- Coordinadora de ventas
- Gerente de producción

OPINIONES:

E2: "Con la coordinadora de ventas porque se la llama constantemente para dar seguimiento de los pedidos."

E4: "Mantenemos mayor contacto con la vendedora y con el gerente de producción."

8. Como es el trato que mantiene con su ejecutivo de cuenta?

ANALISIS:

A continuación listamos lo que piensan los clientes entrevistados sobre el trato con el ejecutivo de cuenta:

Trato cordial, amable, respetuoso

OPINIONES:

E1: "Mantenemos un trato cordial y de respeto, el es una persona atenta y educada pero lo que no me gusta es como le mencione anteriormente hay que llamarlo varias veces para que nos atienda cuando a mi parecer el como vendedor debe ser quien visite periódicamente la empresa."

9. Califique la calidad del producto.

ANALISIS:

A continuación detallamos las distintas calificaciones que dieron los clientes entrevistados sobre la calidad del producto:

- Excelente
- Muy buena
- Se ajusta a las normas requeridas

OPINIONES:

E1: "La empresa fabrica un producto de excelente calidad que se ajusta a las normas requeridas."

E4: "La calidad del producto es muy buena."

E5: "La calidad del producto es excelente, no tengo observaciones para este tema."

10. Ha tenido algún inconveniente con sus pedidos?

ANALISIS:

A continuación listamos los inconvenientes presentados en los pedidos:

- No se han presentado inconvenientes
- Confusión con la dirección de entrega.
- Ingreso tardío de los pedidos por parte de la vendedora.

OPINIONES:

E1: "Hasta el momento no se han presentado mayores inconvenientes, estoy satisfecho con el servicio brindado."

E2: "Si

Indicar cuales fueron sus inconvenientes?

Se confundieron en la dirección de entrega, enviaron las cajas a otra hacienda que no las requería y eso ocasiono retrasos en el embalaje de nuestro producto en la otra hacienda.

Cuantas veces se presentaron?

Hasta ahora se ha presentado este problema en 2 ocasiones, que por cierto espero no se vuelvan a repetir porque nos ocasionan problemas."

E4: "Si

Indicar cuales fueron sus inconvenientes?

La vendedora ingreso tarde mi pedido esto por consiguiente ocasiono retraso en la entrega del mismo. En dos ocasiones elaboraron las cajas en otra medida esto ocasiono que devuelva todo el producto.

Cuantas veces se presentaron?

Este año se han presentado 3 problemas serios que son los que describí en la pregunta anterior, de ahí hemos tenido otros problemas que se han solucionado."

E6:"Si

Indicar cuales fueron sus inconvenientes?

El mayor problema que se nos presenta es el incumplimiento en las fechas de entrega esto ha ocasionado que hagamos una reducción en los pedidos en alrededor del 10% y los coloquemos a la competencia.

Cuántas veces se presentaron?

Este problema se presenta de manera frecuente, deberían buscar la manera de encontrar el cuello de botella para corregir el problema."

11. Si la empresa fuera una persona describa según su criterio las características que tendría.

ANALISIS:

La mayoría de entrevistados describen a la empresa como un hombre mayor, respetable, que demuestra seriedad.

OPINIONES:

E1:" Si la empresa fuera una persona yo la describiría como un hombre mayor, serio. Porque eso es lo que refleja la empresa seriedad y confianza."

E5:" Yo describiría a la empresa como un ejecutivo de unos 40 años, que usa lentes y se viste de terno y corbata."

E6:" La representaría como una señora de carácter fuerte, elegante, respetable."

E7:" Describir a la empresa como persona, primera vez que me hacen ese tipo de preguntas, bueno, yo la describiría como alguien fuerte, serio, de edad madura."

E8: "La describiría como una persona mayor, ordenada y metódica."

Conclusiones del análisis cualitativo del producto de cartón corrugado.

Luego de realizar el análisis cualitativo obtuvimos las siguientes conclusiones que servirán de guías importantes en el desarrollo del plan de marketing para los cartones corrugados:

La mayoría de los entrevistados indicaron que se decidieron a hacer negocios con la empresa motivados por: la visita del Gerente de la empresa, las malas experiencias con proveedores anteriores, la insistencia del vendedor, por políticas de la empresa mantienen varios proveedores para disminuir el riesgo en caso de que uno no cumpla con la entrega y además se vieron motivados por la buena calidad del producto y servicio.

Los clientes aprecian de la empresa la calidad del producto el cual lo califican como excelente y muy bueno, aprecian también la flexibilidad, la atención personalizada y el Crédito.

El servicio pre-venta lo califican entre bueno y regular, el servicio post-venta algunos entrevistados aseguran no haberlo recibido y otros lo califican como regular, aquí encontramos importantes puntos a mejorar, de la misma manera recomiendan mejorar la atención del vendedor, el servicio de entrega con la finalidad de disminuir los retrasos, ya que según los clientes los problemas en general han sido ocasionados por el retraso en la entrega de los pedidos.

La mayoría de entrevistados se muestran satisfechos con el trato que mantienen con el ejecutivo de venta con el cual mantienen el mayor

contacto seguido por la Bodega de despacho, la Coordinadora de ventas y el Gerente de producción.

La mayoría de entrevistados describen a la empresa como un hombre mayor respetable, que demuestra seriedad.

4.1.2 Análisis Cualitativo: Producto Cuadernos.

En esta parte se describe la fase del análisis cualitativo para el producto cuaderno; la cual consistió en desarrollar entrevistas de profundidad a Jefes, coordinadores, dueños de distribuidora, representantes y asistentes de compras.

TABLA VI
LISTADO DE ENTREVISTADOS : CUADERNOS

REPORTE DE DATOS GENERALES DE LOS ENTREVISTADOS ESTUDIO CUALITATIVO PRODUCTO CUADERNO			
CODIGO	CARGO	GENERO	EDAD
Ecu1	JEFE DE COMPRAS	HOMBRE	37
Ecu2	JEFE DE COMPRAS	HOMBRE	48
Ecu3	JEFE DE ADQUISICIONES	MUJER	34
Ecu4	ASISTENTE DE COMPRAS	MUJER	26
Ecu5	DUENO DE DISTRIBUIDORA	HOMBRE	46
Ecu6	COORDINADOR DE COMPRAS	HOMBRE	43
TOTAL DE ENTREVISTAS			6

A continuación presentamos los resultados más relevantes de las respuestas de los entrevistados a las diferentes preguntas que se realizaron durante la entrevista de profundidad:

1. Que le motivo a hacer negocios con la empresa?

ANALISIS:

Para la mayor parte de los entrevistados lo mas importante es el precio, es el motivo principal que los motivo a hacer negocios con la empresa, también los motivo la calidad, variedad y la buena atención.

OPINIONES:

E_{cua1}:" Lo que más influyo fue el buen precio, son muy competitivos en relación a los de la competencia."

E_{cua2}:" Lo que nos motivo a hacer negocios con la empresa es la variedad de cuadernos que ofrece."

E_{cua4}:" Fue el precio y la buena calidad de los cuadernos."

E_{cua6}:" La buena atención del vendedor y los descuentos que me ofrecieron por compras de volumen, son dos aspectos que me motivaron a seleccionar como proveedor a la empresa."

2. Que opciones según usted le brinda la empresa?

ANALISIS:

Para los distribuidores las opciones que les brinda la empresa son la calidad de los productos, el precio y el cumplimiento en las entregas.

OPINIONES:

E_{cua1}:" Lo mas importante que me brinda la empresa es la excelente calidad de los cuadernos, el precio también es importante porque este mercado es muy sensible respecto al precio."

E_{cua2}:" Buen precio, calidad, confianza y buena atención."

E_{cua5}:" Cumplimiento en entregas, buena calidad."

3. Mencione calificativos que para Ud. Describan la empresa.

ANALISIS:

Los clientes describen a la empresa con los calificativos de: calidad, organizada, eficiente, innovadora, en general la mayoría de clientes describe en forma positiva a la empresa.

OPINIONES:

E_{cua1}:" Entre los calificativos que describen la empresa puedo indicar que son competitivos, buena calidad y buena atención."

E_{cua3}:" Es una empresa bien dirigida, controlada y con una estructura organizada."

E_{cua6}:” Describo a la empresa como competitiva, actual, innovadora.”

4. Que opina de la atención del servicio pre y post venta?

ANALISIS:

A continuación señalamos las opiniones respecto al servicio pre y post-venta:

Respecto al servicio pre-venta la mayoría de los entrevistados opinan que la atención es buena, pero mencionan ciertos factores que pueden mejorar como es la atención telefónica, y la atención del ejecutivo de cuenta, analizando las opiniones sobre el servicio post-venta la mayor parte de entrevistados lo califican como regular y que debería ser explotado.

OPINIONES:

E_{cua1}:” El servicio pre-venta brinda una buena atención, pero es importante mencionar que deben mejorar en cuanto a atención telefónica, porque es muy difícil comunicarse. El servicio post-venta creo que debería ser explotado porque para mi no brindan un servicio de calidad.”

E_{cua2}:” El servicio pre-venta es muy bueno, el vendedor es frecuente en sus visitas. El servicio post-venta es regular.”

E_{cua5}:” En general los dos servicios son muy buenos.”

E_{cua6}:” Para mi el servicio pre-venta es una de las fortalezas de toda empresa, pienso que deben mejorar el servicio hacerlo mas personalizado, mas frecuencias en las visitas, yo califico el servicio como bueno y al servicio post-venta lo califico como regular, no tengo mucho que opinar de este servicio porque no es muy frecuente recibirlo.”

5. Cual es su apreciación de la empresa?

ANALISIS:

Para los entrevistados la empresa es organizada, seria, comprometida, posee buena imagen, brinda confianza y seguridad.

OPINIONES:

E_{cua1}:" Según mi apreciación la empresa esta bien organizada, es una empresa de prestigio."

E_{cua4}:" Mi apreciación es que es una empresa comprometida con los clientes y por hacerlos sentir parte de la empresa. "

E_{cua5}:" Es una empresa que brinda confianza y seguridad, para mi es muy importante que una empresa tenga estas características porque uno como distribuidor se siente respaldado."

E_{cua6}:" Mi apreciación de la empresa es muy buena, la empresa ha mantenido a lo largo de los años una imagen respetada en el medio y la ha ganado con su seriedad y buena calidad."

6. Si pudiera mejorar algún servicio de la empresa, cual seria?

ANALISIS:

Entre los servicios que los entrevistados opinan se debe mejorar están:

El servicio de atención telefónica.

El servicio de distribución.

La atención del vendedor.

OPINIONES:

E_{cua1}:" Yo recomiendo mejorar el servicio de atención al cliente vía telefónica."

E_{cua2}:" Se podría mejorar el servicio de distribución."

E_{cua5}:" Si yo pudiera mejorar algún servicio, mejoraría la atención del vendedor, casi no me visita, generalmente solo me llama para tomarme los pedidos, creo que un buen vendedor debe hacer su gestión completa."

7. Generalmente con que departamento o persona de la empresa tiene mayor contacto?

ANALISIS:

El mayor contacto lo mantienen en general con el ejecutivo de cuenta, departamento de crédito, bodega de despacho.

OPINIONES:

E_{cua2}:” Con la vendedora y con el departamento de crédito.”

E_{cua3}:” Con mi ejecutivo de cuenta, con producción y crédito.”

E_{cua5}:” Con el vendedor aunque el contacto es telefónico, con la jefa de Crédito y con el área de despachos.”

8. Como es el trato que mantiene con su ejecutivo de cuenta?

ANALISIS:

En general los entrevistados opinan que el trato que mantienen con el ejecutivo de cuenta es bueno, aunque algunos piden que mejoren el servicio en lo que respecta a la frecuencia de visitas.

OPINIONES:

E_{cua1}:” El trato con el ejecutivo es muy bueno, es una persona inteligente y sobre todo diligente.”

E_{cua5}:” Mantiene un buen trato conmigo, pero me gustaría que me visitara mas seguido, porque no es lo mismo una comunicación vía telefónica que personal.”

9. Califique la calidad del producto.

ANALISIS:

La mayoría de entrevistados opinan que la calidad del producto es excelente.

OPINIONES:

E_{cua5}:” La calidad del producto es excelente, mis clientes a mas de buen precio también buscan productos de calidad, aunque esto depende del tipo de cliente ya que algunos no les importa la calidad sino el precio. ”

E_{cua6}:” La calidad de los cuadernos es muy buena, la calidad de las pastas es excelente porque a diferencia de algunos cuadernos de la competencia son mucho mejores.”

10. Ha tenido algún inconveniente con sus pedidos?

ANALISIS:

La mayoría de entrevistados opinaron que no tuvieron inconvenientes en sus pedidos, pero los que contestaron en forma positiva a esta consulta indicaron que los inconvenientes en sus pedidos se presentaron por errores del área de despachos y por falta de seguimiento del vendedor.

OPINIONES:

E_{cua3}:” No ninguno.”

E_{cua4}:” No”

E_{cua5}:” Bueno problemas graves no he tenido hasta ahora, solo hace como 2 meses me enviaron unos cuadernos que no había pedido, pero ese mismo día los cambiaron.

Cuántas veces se presentaron?

En una ocasión.”

E_{cua6}:” Si. La falta de seguimiento del vendedor hasta que el pedido es despachado, creo que el vendedor solo se preocupa de ingresar pedidos y no le da el seguimiento debido.

Cuántas veces se presentaron?

El número exacto no lo sé pero creo que ese problema es continuo.”

11. Si la empresa fuera una persona describa según su criterio las características que tendría.

ANALISIS:

Al momento de describir a la empresa como una persona las opiniones son un tanto dispersas.

OPINIONES:

E_{cua1}:” La describiría como joven extrovertido, original sin complicaciones. ”

E_{cua2}:” La describiría como una empresa seria, bien estructurada.”

E_{cua3}:” Si fuera una persona tendría una apariencia seria, representada por un señor de unos 40 años.”

E_{cua4}:” Sería una persona joven de unos 20 años, informal.”

E_{cua5}:” De acuerdo a mi criterio describiría a la empresa como eficiente, puntual, de carácter responsable.”

E_{cua6}:” Si la empresa fuera una persona sería alguien joven, que le guste la tecnología, innovador. ”

Conclusiones del análisis cualitativo del producto de cuadernos.

Una vez analizadas las respuestas de los entrevistados sobre el producto cuadernos, para la mayor parte de los entrevistados lo más importante al momento de hacer negocios es el precio, la calidad y la buena atención.

Para los distribuidores las opciones más importantes que les brinda la empresa son la calidad de los productos, el precio y el cumplimiento en las entregas.

Los clientes entrevistados describen a la empresa con los calificativos de: calidad, organizada, eficiente, innovadora, en general la mayoría de clientes se refiere en forma positiva a la empresa, sería optimo que la empresa se preocupe en resaltar y dar valor agregado a esas opciones resaltadas.

Respecto al servicio pre-venta la mayoría de los entrevistados opinan que la atención es buena, pero mencionan ciertos factores que pueden mejorar como es la atención telefónica, y la atención del ejecutivo de cuenta, analizando las opiniones sobre el servicio post-venta la mayor parte de entrevistados lo califican como regular y que debería ser explotado y mejorado.

Entre los servicios que los entrevistados recomiendan mejorar están:

El servicio de atención telefónica, el servicio de distribución y la atención del vendedor.

El mayor contacto lo mantienen en general con el ejecutivo de cuenta, departamento de crédito, bodega de despacho. En general los entrevistados opinan que el trato que mantienen con el ejecutivo de cuenta es bueno, aunque algunos piden que mejoren el servicio en lo que respecta a la frecuencia de visitas.

La mayoría de entrevistados opinan que la calidad del producto es excelente.

La mayor parte de los entrevistados opinaron que no tuvieron inconvenientes en sus pedidos, hay que mencionar algunos problemas presentados en sus pedidos tales como errores del área de despachos y falta de seguimiento del vendedor.

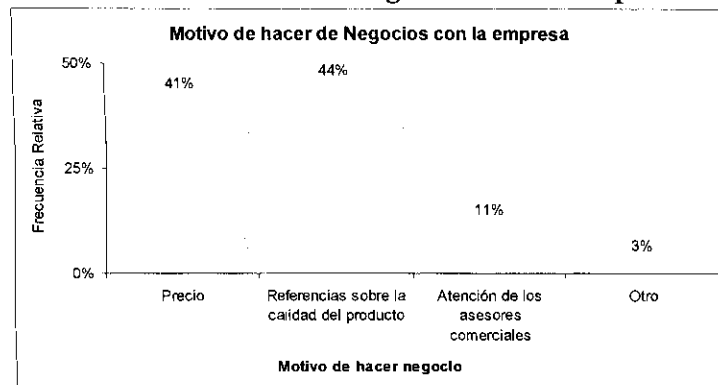
Al momento de describir a la empresa como una persona las opiniones son un tanto dispersas, hay un grupo que describe a la empresa como un joven, innovador, informal a diferencia de otros que la ven como una persona adulta, seria, responsable.

4.2 Análisis de Investigación Cuantitativa

4.2.1 Análisis Cuantitativo: Producto Cartón Corrugado

A continuación se muestran los resultados más significativos del estudio cuantitativo que se realizó, se contactó a los encuestados mediante llamadas telefónicas.

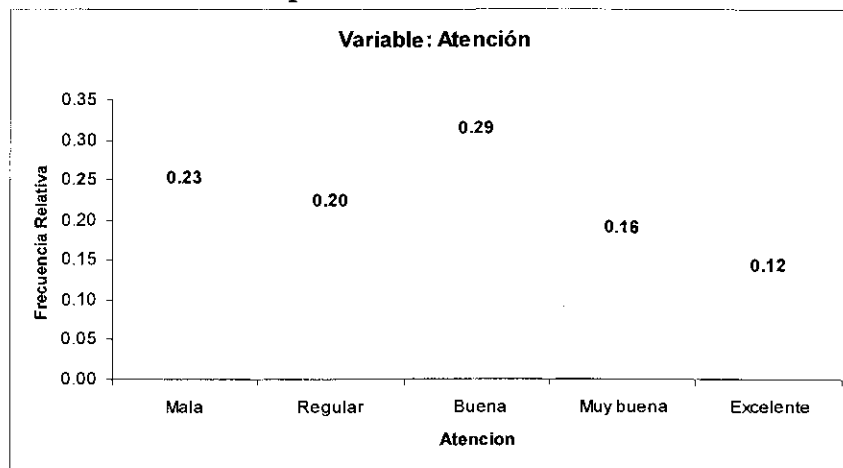
Gráfico 4.1
Motivación de Hacer Negocios con la Empresa



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

El 44% de los clientes del sector de cartón indican que hacen negocios con la empresa debido a la calidad de producto que le brinda. Seguido de un 41% por la calidad, mientras que el 11% prefiere a la empresa por la atención brindada por los asesores comerciales y tan solo un 3% de los encuestados prefieren a la empresa por motivos distintos a los dos nombrados anteriormente. Ver Gráfico 4.1

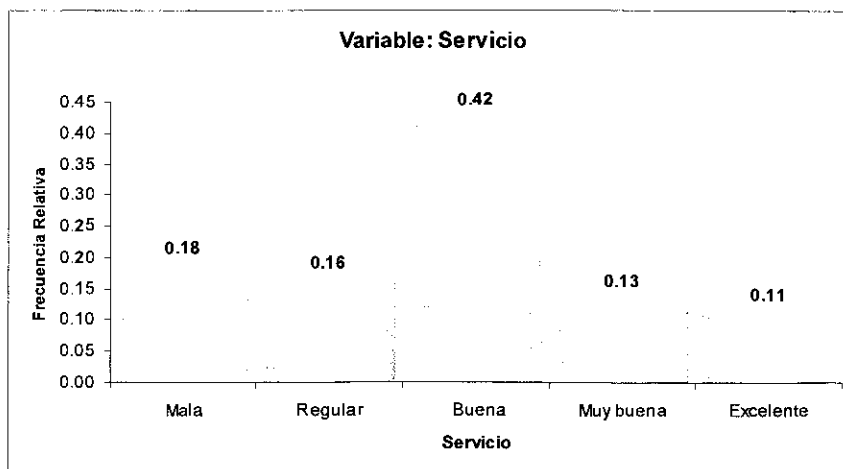
Gráfico 4.2
Calificación al personal con relación a la ATENCIÓN



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Como lo muestra el Gráfico 4.2, en cuanto a la atención brindada por el asesor comercial de la empresa de cada 10 encuestados, 3 califican como buena, 2 la califican como muy buena, solo para 1 es excelente mientras que para 2 es regular y es mala para 2 de los encuestados.

Gráfico 4.3
Calificación al personal con relación al SERVICIO

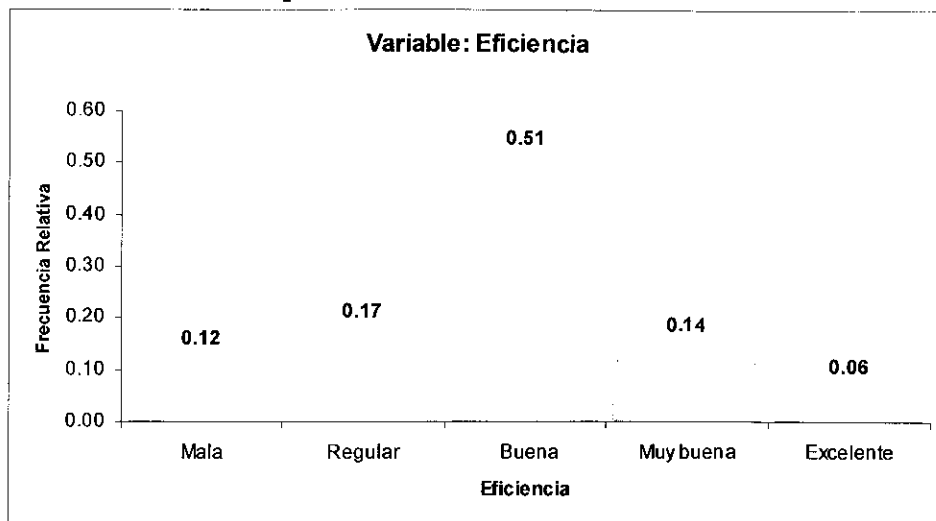


Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Con respecto a la calificación que dan nuestros clientes encuestados respecto al servicio brindado por nuestro personal,

como se muestra en el Gráfico 4.2, 4 de cada 10 lo califican como bueno, 2 lo califican como regular, 2 lo relacionan con malo, para 1 de cada 10 es muy bueno y para 1 también es excelente.

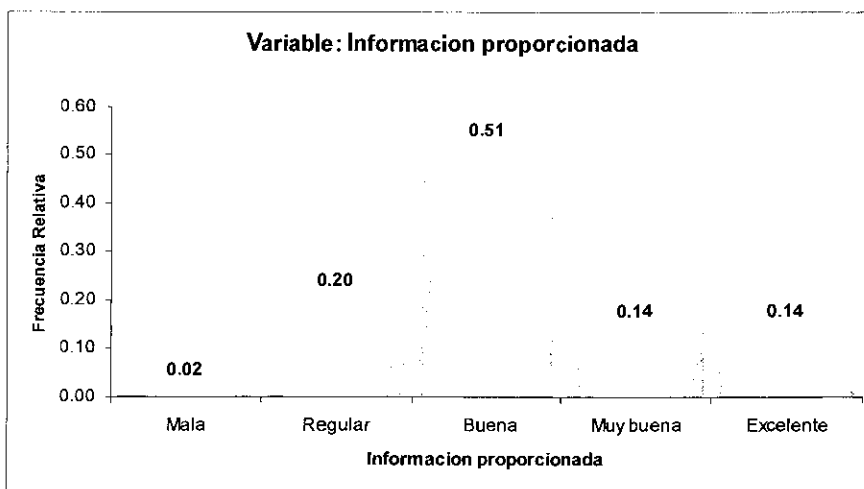
Gráfico 4.4
Calificación al personal con relación a la EFICIENCIA



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Al momento de calificar la eficiencia del personal con el que trató el cliente encuestado, de cada 10, a 5 les pareció buena y a 2 les pareció regular. Ver Gráfico 4.4

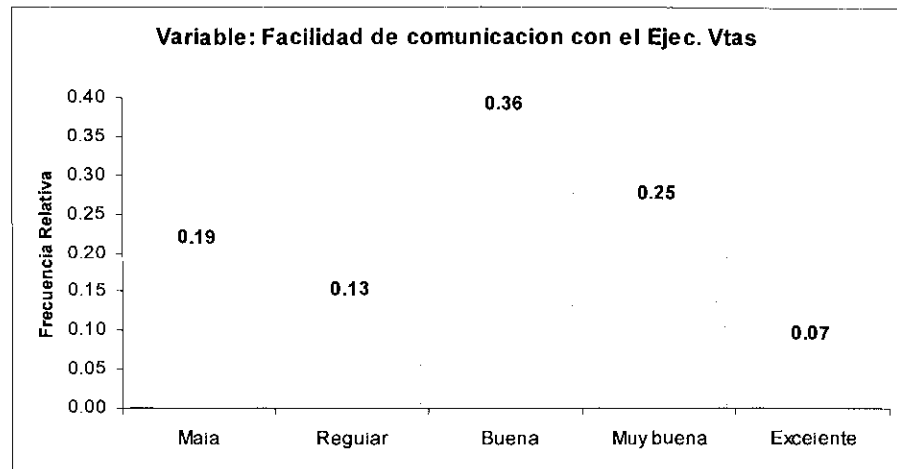
Gráfico 4.5
Calificación al personal con relación a la INFORMACION PROPORCIONADA



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Al momento de calificar la información proporcionada por el asesor comercial, como observamos en el Gráfico 4.5, tenemos que de cada 10 de los clientes encuestados, a 5 les pareció buena, a 2 les pareció regular, a 1 le pareció muy buena, y solo a 1 la calificó como excelente.

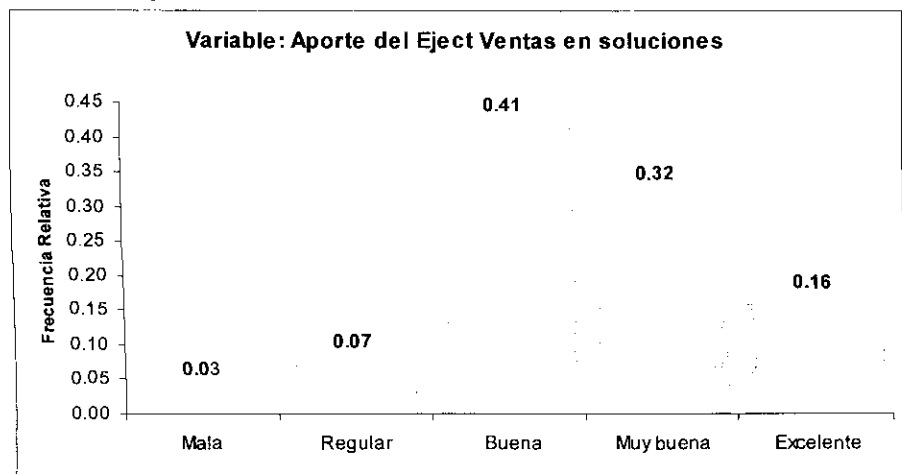
Gráfico 4.6
Calificación al personal con relación a la FACILIDAD DE COMUNICACIÓN CON EJECUTIVO DE VENTAS



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

En cuanto a la facilidad de comunicación con el ejecutivo de ventas, de cada 10 clientes encuestados a 4 le pareció buena, a 3 muy buena, a 2 les pareció mala y a 1 regular. Ver Gráfico 4.6

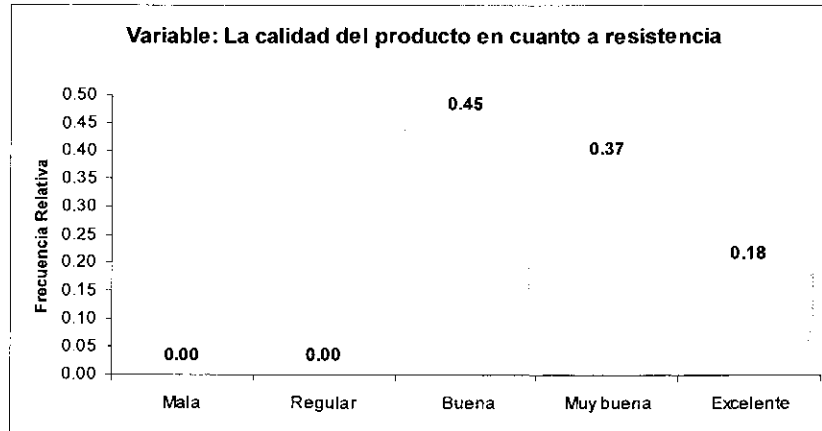
Gráfico 4.7
Calificación al personal con relación al APOORTE DEL EJECUTIVO DE VENTAS EN SOLUCIONES



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Podemos ver en el Gráfico 4.7, al calificar el aporte del ejecutivo de ventas en las soluciones brindadas, de cada 10 clientes encuestados, a 4 le pareció bueno, para 3 de ellos el aporte fue muy bueno, para 2 les pareció excelente, mientras que a 1 le pareció regular.

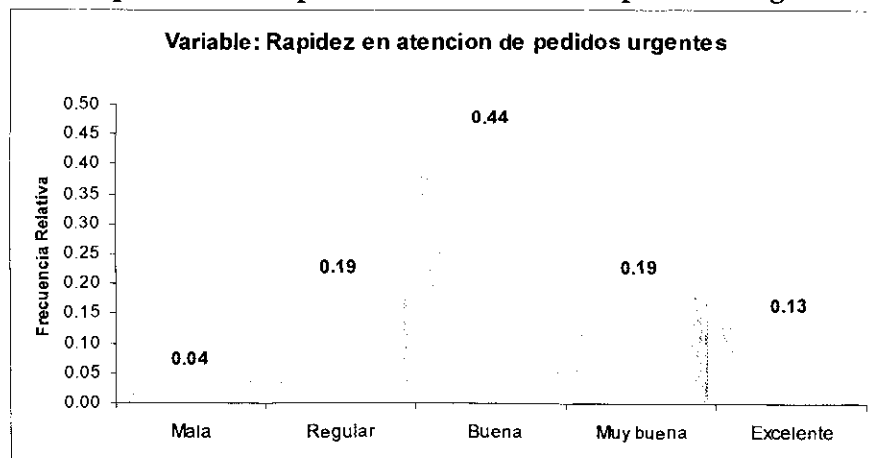
Gráfico 4.8
Calificación a la calidad del producto en cuanto a su resistencia



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Al consultar a nuestros clientes respecto a la calidad de nuestro producto en cuanto a su resistencia, tenemos que para el 45% es buena, para un 37% es muy buena y para un 18% es excelente. Como vemos en el Gráfico 4.8

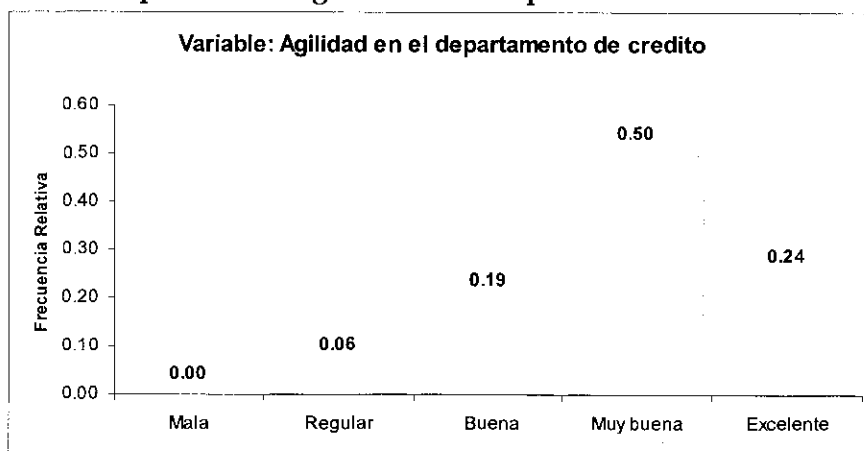
Gráfico 4.9
Percepción de la rapidez en la atención de pedidos urgentes



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Como lo muestra el gráfico 4.9 para el 44% de nuestros clientes encuestados, es buena la rapidez con que atendemos pedidos de emergencia, para un 19% es muy buena, para otro 19% es regular, para un 13% es excelente y para un 4% es mala.

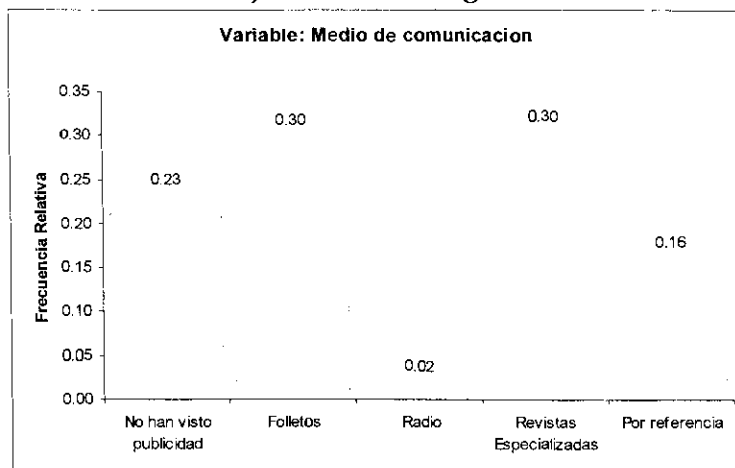
Gráfico 4.10
Percepción de la agilidad en el departamento de crédito



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Al cuestionar a nuestros clientes respecto a su percepción respecto a la agilidad de nuestro departamento de crédito tenemos que para un 50% es muy buena, para un 24% es excelente, para un 19% es buena y para un 6% es regular. Como lo muestra el gráfico 4.10

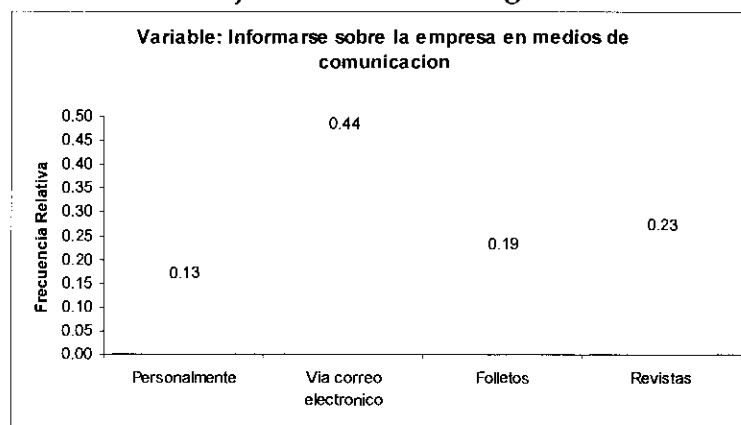
Gráfico 4.11
En que Medio de Comunicación escucho sobre los productos de cajas cartón corrugado



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Al consultar a nuestros clientes del medio en el cual se ha escuchado mencionar o nombrar sobre los productos que ofrece la empresa Papelera, de cada 10, 3 mencionaron revistas especializadas, 3 dijeron folletos, 2 dijeron no haber visto publicidad, 2 dijeron que por referencia conocen los productos de la empresa. Ver Gráfico 4.11.

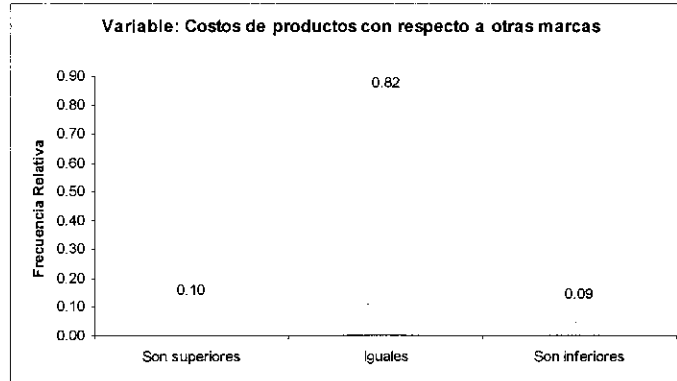
Gráfico 4.12
Como le gustaría informarse al cliente sobre el producto de Cajas de Cartón Corrugado



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Respecto a la vía por la cual le gustaría informarse sobre productos y servicios que ofrece la empresa, de cada 10 clientes encuestados, 4 prefieren por correo electrónico, 2 dijeron revistas, 2 prefieren mediante folletos, y solo uno prefiere sea personalmente. Como se observa en el Gráfico 4.12

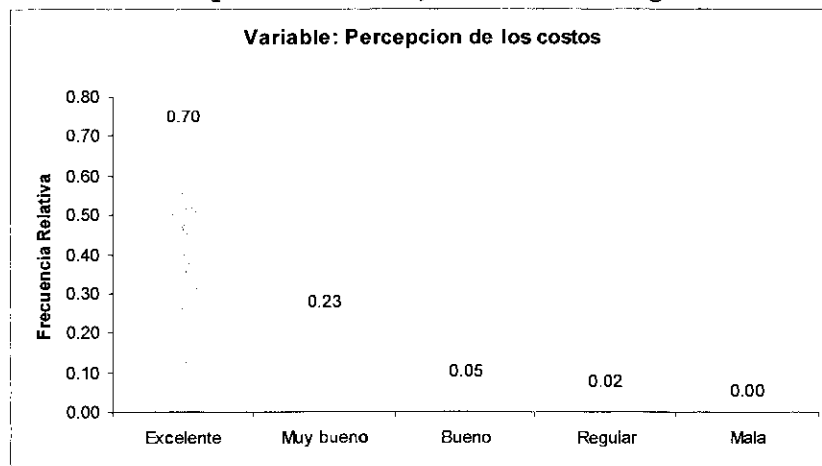
Gráfico 4.13
Opinión de los cliente sobre el precio y calidad de las Cajas Cartón Corrugado con respecto a la competencia



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Para 8 de cada 10 de los encuestados, los costos de los productos de la empresa papelera son iguales a los de otras marcas. Ver Gráfico 4.13.

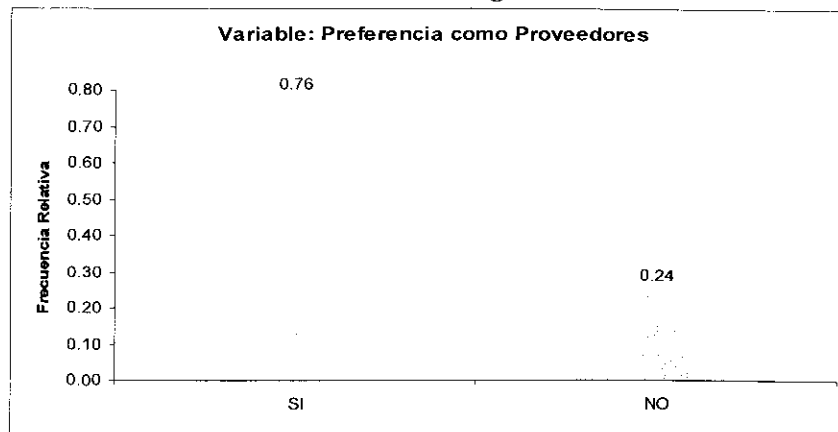
Gráfico 4.14
Percepción de las Cajas Cartón Corrugado



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

En relación a los costos de los productos versus la calidad de los mismos, de cada 10 encuestados a 7 les pareció excelente, a 2 muy bueno Pero a ninguno le pareció mala. Ver Gráfico 4.14

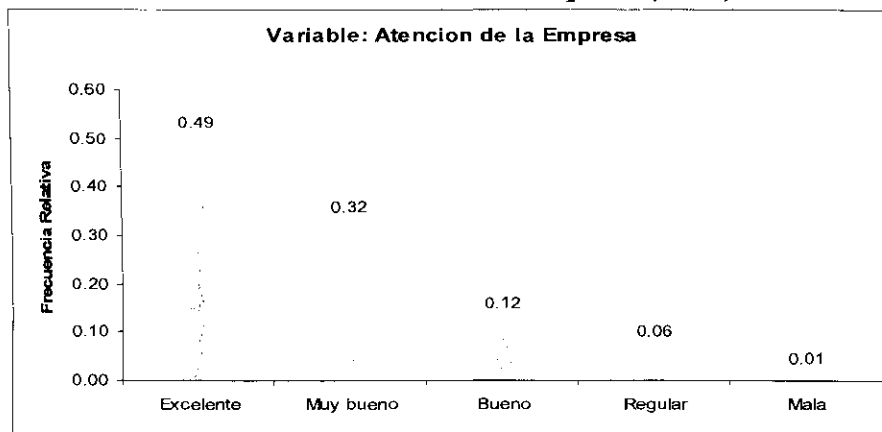
Gráfico 4.15
Preferencia de elegir a la empresa como proveedora de Cajas de Cartón Corrugado



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

De cada 10 de los clientes encuestados, 8 si nos preferirían como proveedores. Mientras que solo 2 no. Como observamos en el Gráfico 4.15

Gráfico 4.16
Calificación General de la Empresa (UEN)

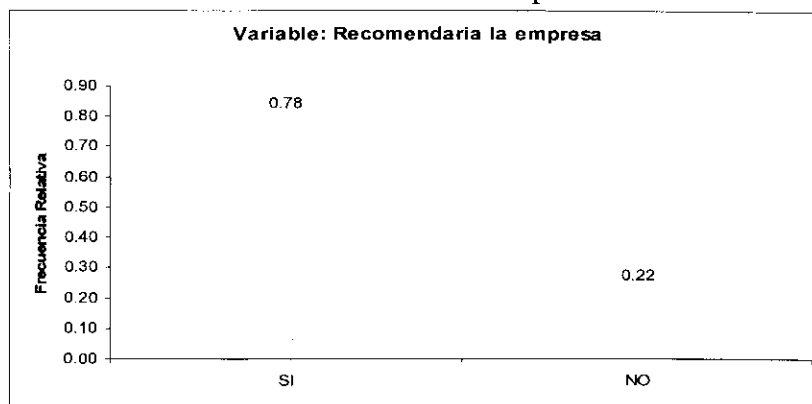


Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Al preguntarles a los clientes encuestados sobre la calificación en general como empresa de cajas de carton, de la atención brindada, de cada 10, 5 respondieron que es excelente, 3 la calificaron como

muy buena, para 1 es buena, y para menos de 1 es regular. Como se muestra en el Gráfico 4.16

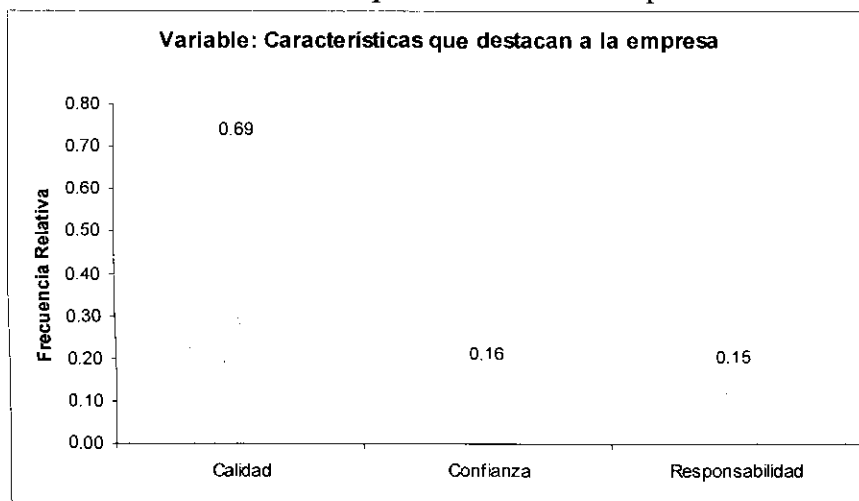
Gráfico 4.17
Recomendaría a la empresa.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Era importante conocer si nuestros clientes nos recomendarían, por lo que de cada 10 de ellos encuestados, 8 respondieron afirmativamente. Véase Gráfico 4.17

Gráfico 4.18
Características que destacan a la empresa.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

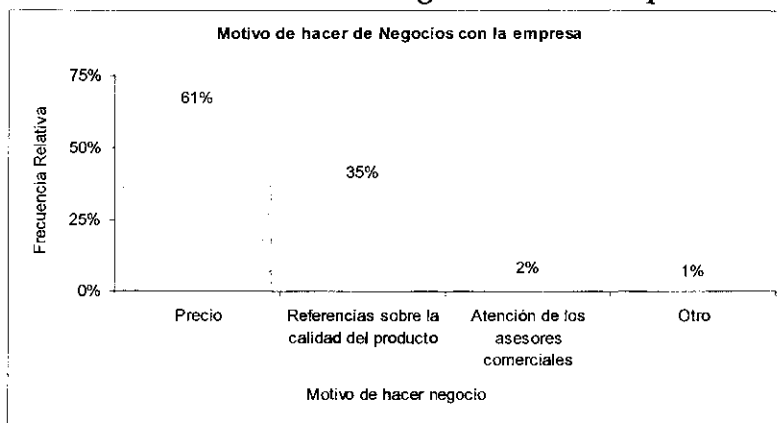
Se necesitaba conocer también, para nuestros clientes, que caracteriza a la empresa papelera, como vemos en el Gráfico 4.18,

de cada 10 de ellos encuestados 7 respondieron Calidad, 2 dijeron Confianza y 1 dijo responsabilidad.

4.2.2 Análisis Cuantitativo: Producto Cuadernos

A continuación se muestran los resultados más relevantes del estudio cuantitativo que se realizó, se contactó a los encuestados mediante llamadas telefónicas. Ahora nos centramos en lo que respecta al producto, Cuaderno

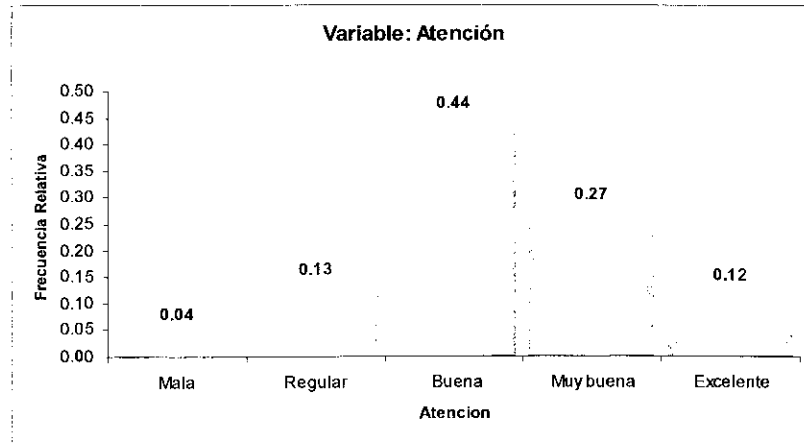
Gráfico 4.19
Motivación de Hacer Negocios con la Empresa



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Al medir la motivación de nuestros clientes para hacer negocios con la empresa, tenemos que de cada 10 de los encuestados, 6 respondieron como principal motivo el precio del producto, 3 nos respondieron, las referencias sobre la calidad del producto. Como vemos en el Gráfico 4.19

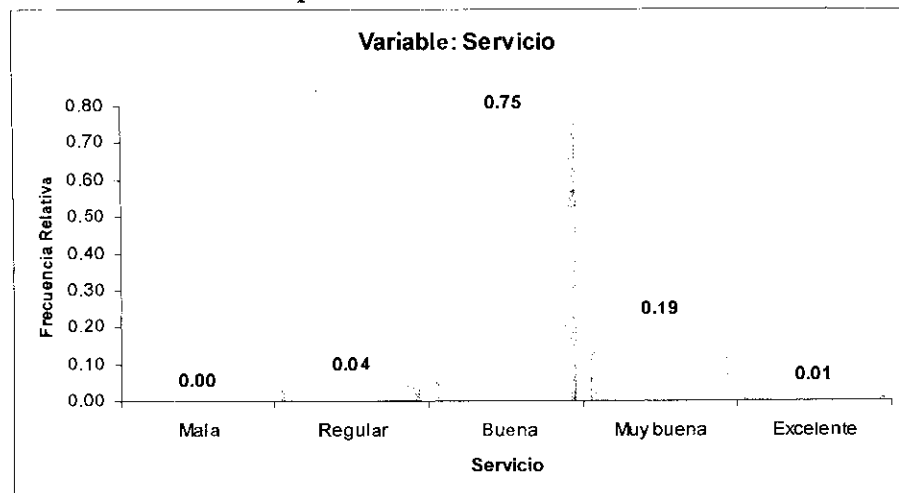
Gráfico 4.20
Calificación al personal con relación a la ATENCIÓN



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Al evaluar la atención brindada por nuestro personal, nuestros clientes encuestados dijeron, para un 44% es buena, para un 27% es muy buena, para 12% es excelente, quienes respondieron regular representan un 13% mientras que para un 4% es mala. Como vemos en el Gráfico 4.20

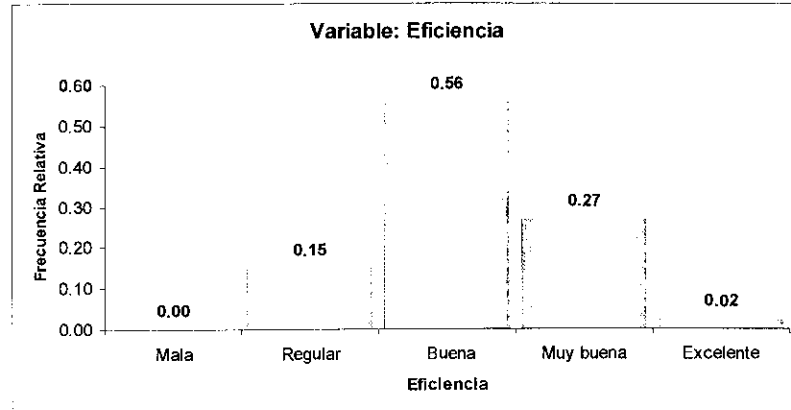
Gráfico 4.21
Calificación al personal con relación a la SERVICIO



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Al momento de preguntar a nuestros clientes por la calificación que le dan al servicio que brindan nuestros empleados, de cada 10 clientes, 8 respondieron que es bueno, dos expresaron que es muy bueno, como se aprecia en el Gráfico 4.21

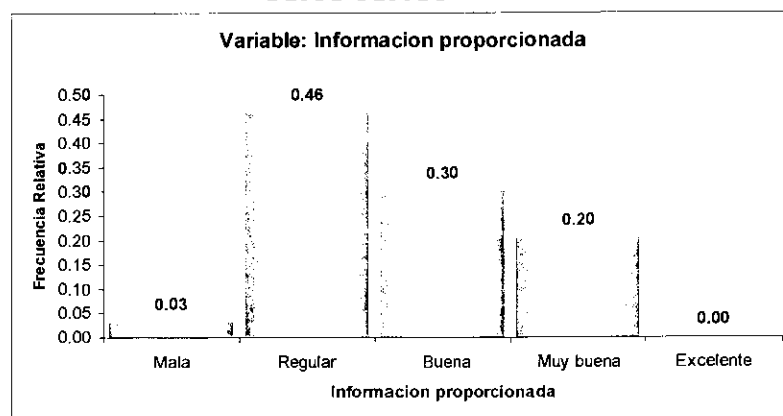
Gráfico 4.22
Calificación al personal con relación al EFICIENCIA



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Fue evaluada también la percepción de eficiencia de nuestros empleados, a lo que de cada 10 clientes encuestados, 6 la calificaron como buena, para 3 es muy buena mientras que 1 respondió que es regular. Como se puede ver en el Gráfico 4.22

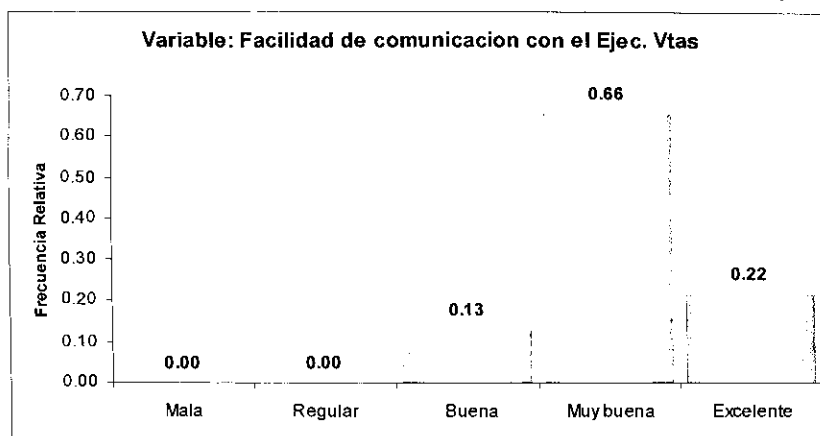
Gráfico 4.23
Calificación al personal con relación a la INFORMACION PROPORCIONADA



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Como observamos en el Gráfico 4.23, al pedirles a nuestros clientes que califiquen a nuestro personal respecto a la información que les proporcionaron, para el 46% es regular, para un 30% de ellos es buena, para un 20% es muy buena, mientras que para un 3% es mala.

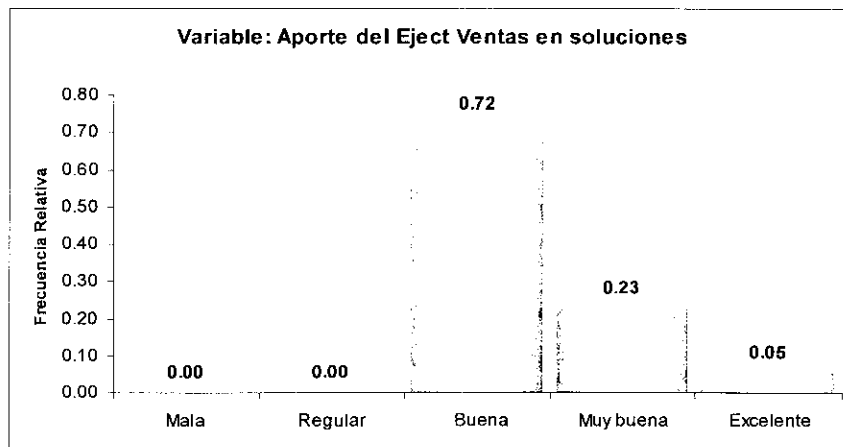
Gráfico 4.24
Calificación al personal con relación a la FACILIDAD DE COMUNICACIÓN CON EJECUTIVO DE VENTAS



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Era necesario conocer también como califican nuestros clientes a la facilidad de comunicación con el ejecutivo de ventas, a lo que de cada 10 de nuestros clientes encuestados 7 respondieron que es muy buena, 2 la calificaron como excelente mientras que para 1 es buena. Como vemos en el Gráfico 4.24

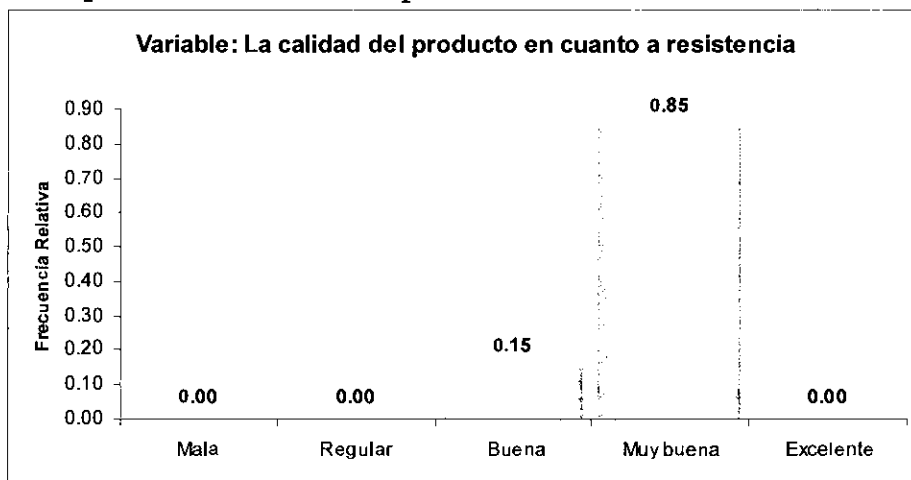
Gráfico 4.25
Calificación al personal con relación al APOORTE DEL EJECUTIVO DE VENTAS EN SOLUCIONES



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Fue calificada también la percepción de nuestros clientes respecto del aporte de nuestro ejecutivo de ventas a las soluciones presentadas a ellos, para 7 de cada 10 es buena, 2 la califican como buena mientras que para 1 de cada 10 encuestados es excelente. Como lo muestra el Gráfico 4.25

Gráfico 4.26
Percepción de la calidad del producto en cuanto a su resistencia



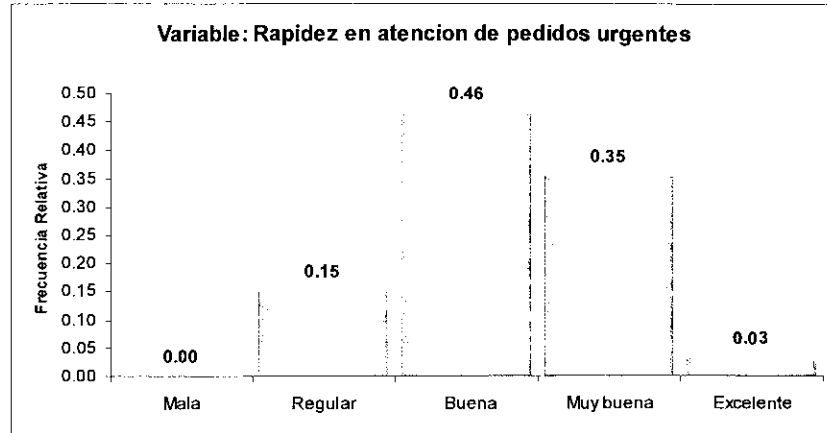
Fuente.: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Al preguntarles a nuestros clientes sobre su percepción en cuanto a la calidad por la resistencia que presentan, un 85% nos dijo que

es muy buena, y para el restante 15% es buena. Como vemos en el gráfico 4.26

Gráfico 4.27

Percepción de la rapidez en la atención de pedidos urgentes

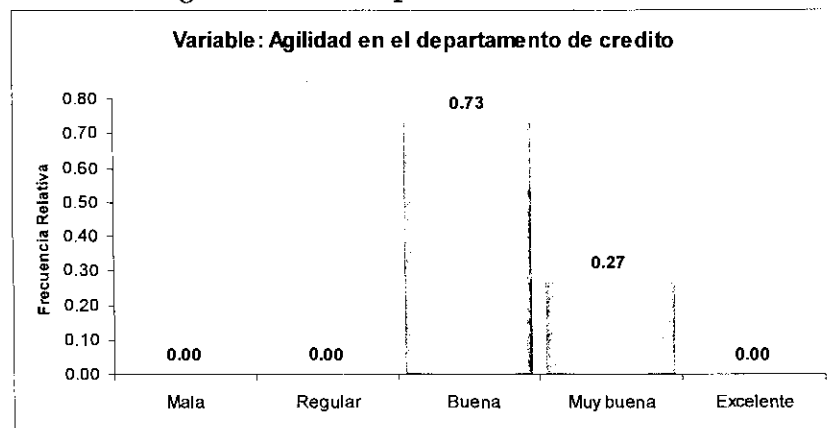


Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Se consultó también a nuestros clientes respecto a la percepción de la rapidez en la atención de pedidos urgentes, a lo que nos calificaron como buena en un 46%, un 35% respondió que era muy buena, un 15% declaró que era regular y un 3% nos calificó de excelente. Como vemos en el Gráfico 4.27

Gráfico 4.28

Agilidad en el departamento de crédito

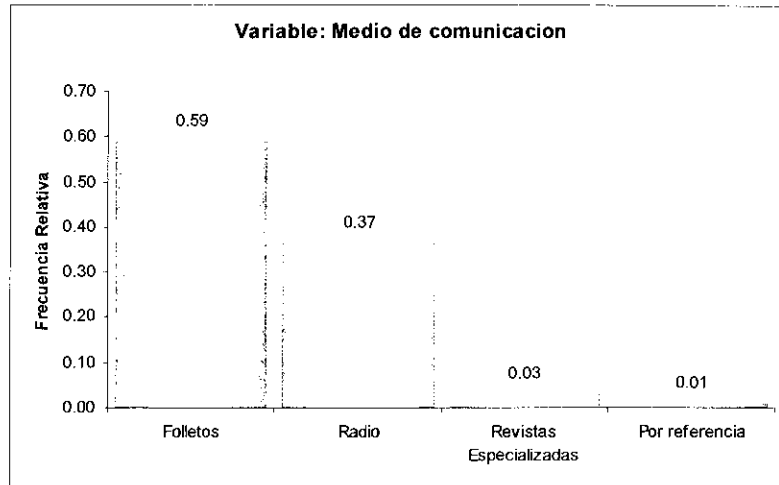


Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Al preguntarles a nuestros clientes sobre su percepción de la agilidad de nuestro departamento de crédito, tenemos que para

un 73% es buena y para el restante 27% es muy buena. Como vemos en el gráfico 4.28

Gráfico 4.29
En que Medio de Comunicación escuchó sobre el producto Cuaderno

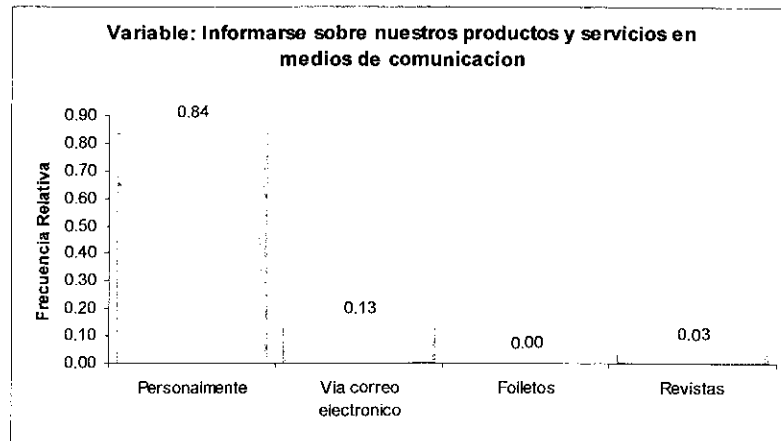


Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

El 59% de nuestros clientes encuestados declararon haber escuchado sobre nuestro producto cuaderno en folletos, 37% dijeron en la radio, mientras que un 3% expresaron conocer sobre nuestros cuadernos porque vieron en revistas especializadas, y solo un 1% nos conoce por referencias.

Como vemos en el Gráfico 4.29

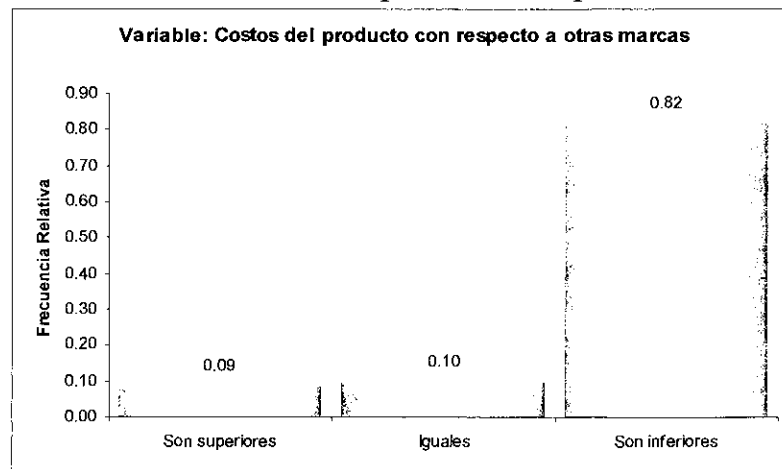
Gráfico 4.30
Como le gustaría informarse al cliente sobre nuestros Cuadernos



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Al cuestionar a nuestros clientes sobre el medio por el cual desean informarse sobre nuestros productos y servicios, de cada 10. 8 declararon que prefieren en persona, solo 1 eligió la vía correo electrónico. Como lo muestra el Gráfico 4.30

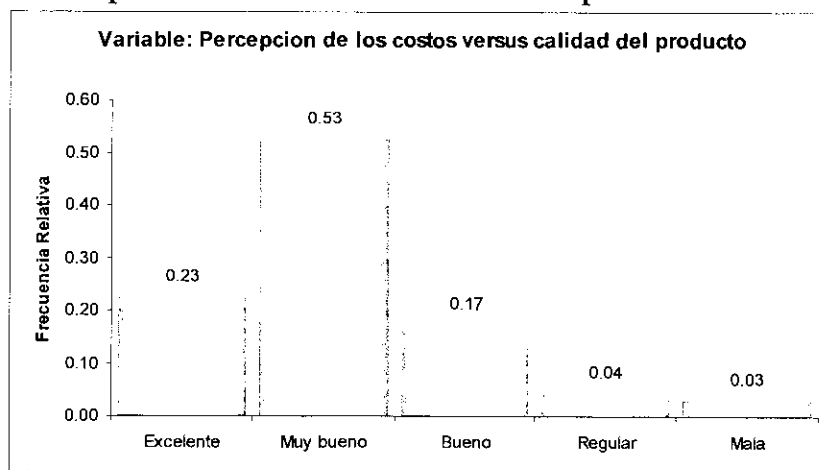
Gráfico 4.31
Opinión de los clientes sobre el precio y calidad de nuestros Cuadernos con respecto a la competencia



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

De cada 10 de nuestros clientes encuestados 8 declararon que el costo de nuestro es inferior comparado a los de otras marcas, Como se aprecia en el Gráfico 4.31

Gráfico 4.32
Percepción de costos versus calidad del producto Cuaderno

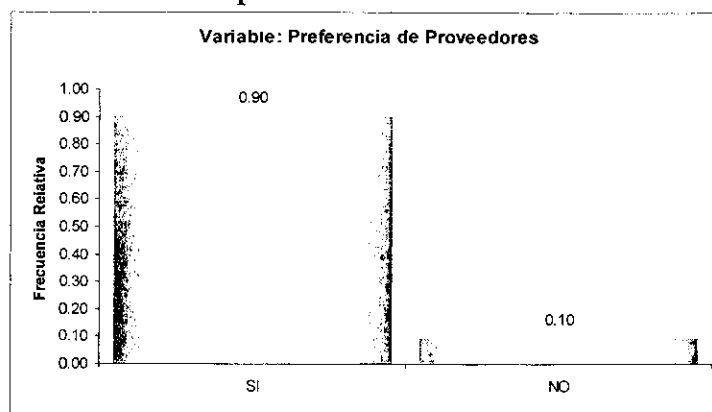


Fuen

te: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Al preguntarles a nuestros clientes sobre su percepción de la relación entre costo y calidad de nuestro producto cuadernos, como lo muestra el Gráfico 4.32, de cada 10 para 5 es bueno, 2 declararon es excelente, 2 nos respondieron que es buena.

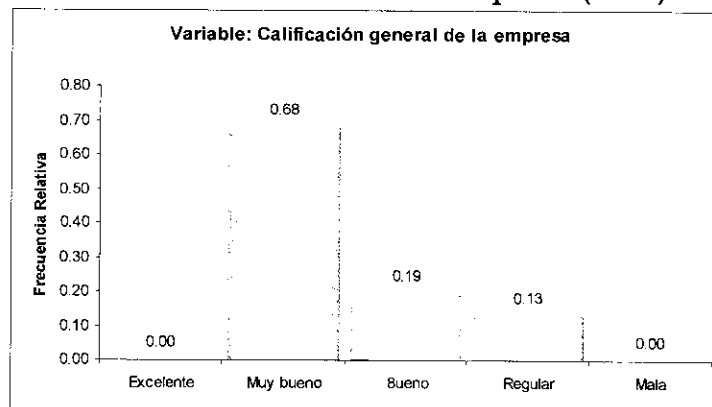
Gráfico 4.33
Preferencia de elegir a la empresa como proveedora del producto Cuaderno



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

De cada 10 de nuestros clientes encuestados, solo 9 declararon preferirnos como proveedores de cuadernos, como observamos en el Gráfico 4.33

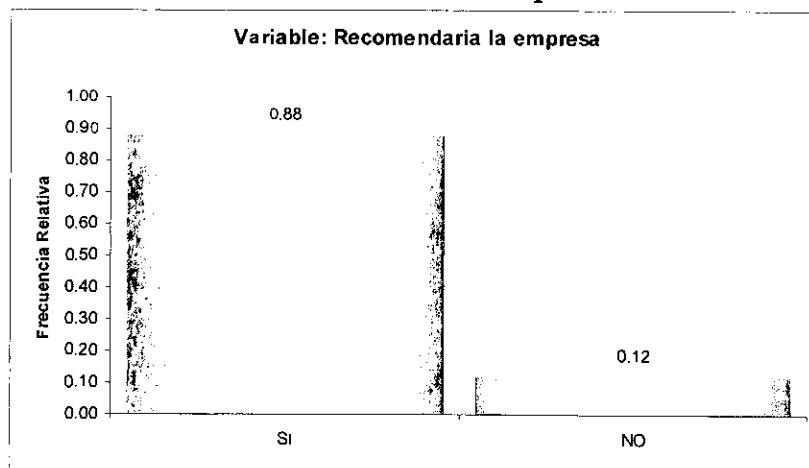
Gráfico 4.34
Calificación General de la Empresa (UEN)



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Fue evaluada en general la empresa, a lo que nuestros clientes respondieron, como vemos en el Gráfico 4.34, un 68% declaró es muy bueno, para un 19% es bueno, mientras que para un 13% es regular.

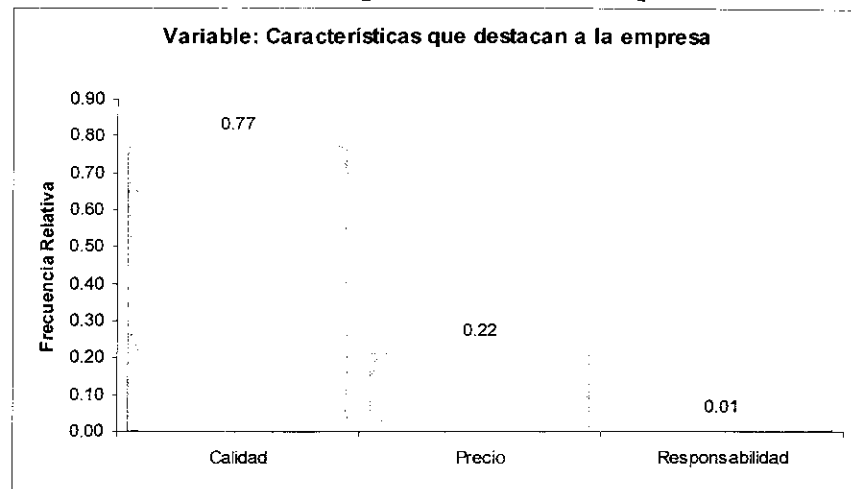
Gráfico 4.35
Recomendaría a la empresa.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Se les consultó a nuestros clientes si recomendarían a nuestra empresa a lo que respondieron, solo un 1°2% declaró que no, mientras que afirmativamente en un 88% Como vemos en el Gráfico 4.35

Gráfico 4.36
Características que destacan a la empresa



Fuente: Encuesta realizada a clientes de Empresa Papelera. Noviembre 2008

Se les preguntó también a nuestros clientes sobre las características que destacan a la empresa, a lo que respondieron en un 77% Calidad, para un 22% es el precio. Como vemos en el Gráfico 4.36

CAPITULO 5

5. PLAN DE MARKETING

5.1 Plan estratégico para producto Cajas de Cartón Corrugado

Después de haber realizado una investigación de mercado sobre el producto cajas de cartón corrugado con los clientes, es necesario realizar un plan estratégico para definir las estrategias dentro del área de mercado, tomando en cuenta las expectativas y necesidades de los clientes.

5.1.1 Misión

La misión de este plan estratégico es que la Empresa Papelera cumpla con los estándares requeridos por los clientes. "Que los clientes estén satisfechos con la calidad y servicio de los productos brindados"

5.1.2 Visión

Así como la misión de la empresa, la visión que se propone con el plan de marketing es "que la empresa papelera sea reconocida como líder en el mercado por calidad y servicio.

5.1.3 Objetivos del plan estratégico

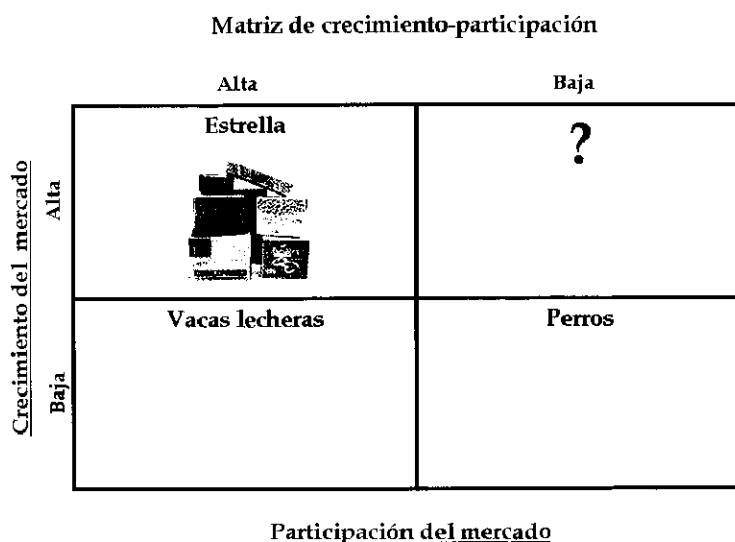
Los objetivos del plan estratégico serán:

- Mejorar y mantener un servicio de alta calidad con todos los clientes.
- Desarrollar estrategias de comunicación y promoción actual y futura.
- Un programa de continua capacitación interna al personal de contacto con los clientes.
- Realizar análisis de la cadena de valor de la empresa papelera.

- Reconocer cuales son las competencias nucleares de la empresa.

5.1.4 Matriz Boston Consulting Group (BCG)

La Empresa Papelera cuenta con diferentes productos en su cartera de negocios siendo las cajas de cartón corrugado el objeto de estudio y análisis en este capítulo, lo ubicaremos en la posición de estrellas en la matriz BCG, ya que este producto esta teniendo un incremento en su participación de mercados, tienen alto potencial de utilidades, y para que este producto siga creciendo se requiere de un alto nivel de inversión



5.1.5 Análisis FODA

Análisis de fortalezas y debilidades

FORTALEZAS:

- Valores de empresa y compromisos con los clientes.
- Cuenta con mas del 50% de participación del mercado.
- Materias primas de calidad (papel estucado y tintas de alta calidad.)
- Tecnología de punta en diseño, pre-prensa y secado de la Región Andina.

- A nivel local posee la mejor tecnología de corrugado e impresión.
- Experiencia por 4 décadas en la industria de artes graficas.
- Personal con altas competencias e integridad.
- Se encuentra al nivel de las 10 plantas de mayor tecnología de Sudamérica
- Cuenta con la única mesa de secado sin banda de la Región Andina. Lo que permite la fabricación de láminas sin aplastamiento para una mayor resistencia a la estiba.
- Cuenta con un laboratorio totalmente equipado para realizar todas las pruebas requeridas por la industria gráfica en mercados internacionales (TAPPI y FEFCO)
- Políticas de mantenimiento de los equipos de acuerdo a los estándares internacionales.
- Sistema de Gestión de calidad certificado por SGS - ICS Inc. bajo la norma ISO 9001 versión 2000 con acreditación ANSI-RAB de los EE.UU.
- La empresa papelera incorporo el software SAP líder mundial en procesos de información integrada.
- Buenas relaciones con el sistema financiero.
- Disponibilidad de fondos para inversión.

DEBILIDADES:

- Escaso conocimiento de exportación de este tipo de producto
- Escaso conocimiento de competidores potenciales.
- Escaso conocimiento de mercados potenciales.
- Inestabilidad política-económica del Ecuador.
- Los clientes no están conformes con el servicio post-venta.
- Los clientes no están conformes con los tiempos de entrega del producto.

Análisis de Oportunidades y amenazas

OPORTUNIDADES:

- La empresa papelera cuenta con tecnología de punta para la fabricación del producto esto le otorga una fuerte ventaja frente a los competidores locales que aun no cuentan con la tecnología.
- Producto ofrece beneficios adicionales a comparación de una caja tradicional, en la actualidad la tendencia apunta a que las cajas sean utilizadas como un elemento de publicidad y no únicamente como un medio de empaque.
- El mercado (potenciales clientes) demanda calidad.
- En el sector de cajas de cartón corrugado tiene tendencias de crecimiento en los diferentes países, ellas constituyen un excelente termómetro de la situación general, y dan cuenta de lo que ocurre en la porción más significativa del mercado.
- Los productos y segmentos que ofrecerán mayor potencialidad de crecimiento para la demanda de cajas de cartón corrugado comprenden el de productos de venta al detal, acompañado de empaques para cervezas y sodas, lácteos, frutas y vegetales, cajas para productos químicos, para máquinas, productos de software y alimentos para llevar.

AMENAZAS:

- El ingreso de empresas competidoras del exterior.
- Presiones por parte de los proveedores, incremento de precios de las materias primas.
- Tratados de libre comercio que poseen los países.

- Posibles desastres naturales o plagas que afecten a la producción de los mercados hacia los cuales se planifica exportar.

5.1.6 Segmentación del Mercado

En esta parte del estudio se trata de segmentar a los clientes que tengan necesidades y/o comportamientos de compra similares y que a ellos se llegue de igual manera con las estrategias de marketing., siendo el objetivo crear planes de marketing especialices a cada segmento. Los segmentos de mercado para este producto se lo ha realizado por el tipo de producto que compra siendo definido por sectores empresariales.

5.1.7 Estrategia del plan de marketing

Una vez realizado la investigación de mercado se llevo a la conclusión de que la empresa debe corregir algunos procesos, por lo tanto recomendamos:

- Implementar en la empresa una reingeniería del proceso de despacho puesto que la mayoría de entrevistados coincidieron en que el servicio de entrega de las cajas de cartón corrugado es deficiente.
- Se recomienda también capacitar al personal de servicio al cliente y ventas con la finalidad de mejorar el servicio pre y post venta.
- Mantener la calidad del producto ya que dentro de la investigación de mercados los clientes estan satisfechos con la calidad del producto.

5.2 Plan estratégico para producto de Cuadernos

Este plan estratégico para el producto Cuadernos se basa en los resultados obtenidos en el análisis cualitativo y cuantitativo con la finalidad de presentar estrategias con las cuales alcanzar los objetivos propuestos como son establecer perfil de los clientes e identificar características que definan tanto a la empresa como a los clientes.

5.2.1 Misión

Analizando los resultados obtenidos tanto en el estudio cualitativo como en el cuantitativo, la mayoría de clientes aprecian los precios competitivos, la calidad y la atención. Por lo cual la misión de este plan de marketing será “producir los cuadernos con la mejor calidad, manteniendo niveles de precios competitivos y brindar el mejor servicio del mercado”.

5.2.2 Visión

La visión que propone este plan de marketing será “Lograr que la empresa sea reconocida entre los distribuidores por la excelente calidad en el servicio y en la producción de cuadernos”.

5.2.3 Objetivos del plan estratégico

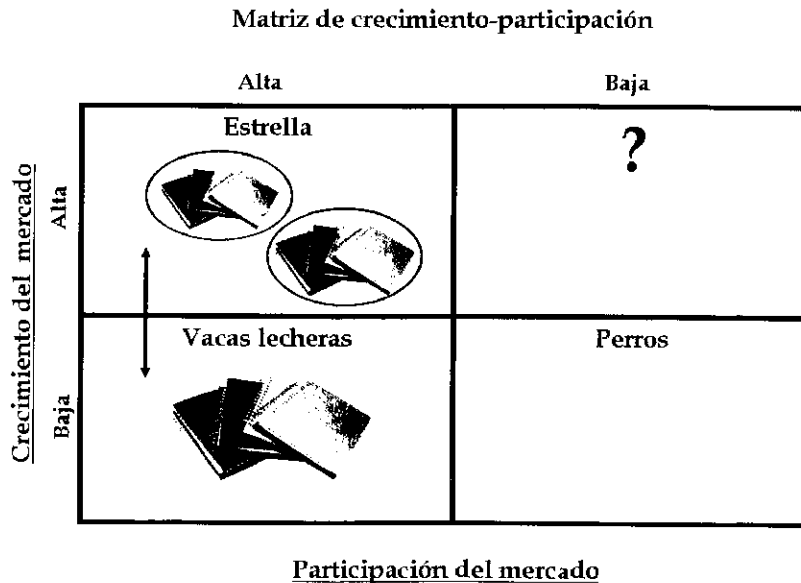
Son los resultados que se espera obtener a largo plazo para alcanzar la misión y visión propuesta.

Los objetivos del plan estratégico son:

- Lograr posicionar la empresa en la mente de los distribuidores con una imagen de compromiso y confianza.
- Mejorar el servicio pre venta y post venta.
- Mantener y mejorar la calidad del producto: materias primas, diseño e impresión.

- Desarrollar y promover estrategias de promoción para los distribuidores.
- Lograr captar nuevos distribuidores y fidelizar los existentes.

5.2.4 Matriz Boston Consulting Group (BCG)



El producto cuadernos de la empresa se encuentra en dos posiciones de la matriz BCG: estrella y vacas lecheras, se ubica en la posición estrella debido a que es un producto que por la temporada escolar generalmente es cuando incrementa la demanda es decir el crecimiento del mercado es alto y participación del mercado es alta. Se ubica también en la posición de vacas lecheras el resto del año porque el producto mantiene un crecimiento del mercado bajo y participación de mercado baja.

5.2.6 Análisis FODA

Análisis de fortalezas y debilidades

FORTALEZAS:

- Valores de empresa y compromisos con los clientes.
- Cuenta con más del 50% de participación del mercado.
- Precios competitivos.

- Materias primas de calidad.
- Líderes en diseño e impresión.
- Producto final de calidad.
- Personal con altas competencias e integridad.
- Políticas de mantenimiento de los equipos de acuerdo a los estándares internacionales.
- Sistema de Gestión de calidad certificado por SGS - ICS Inc. bajo la norma ISO 9001 versión 2000 con acreditación ANSI-RAB de los EE.UU.
- La empresa papelera incorporo el software SAP líder mundial en procesos de información integrada.
- Experiencia en exportaciones a mercados latinoamericanos.
- Buenas relaciones con el sistema financiero.
- Disponibilidad de fondos para inversión.

DEBILIDADES:

- Escaso conocimiento de los competidores potenciales.
- Escaso conocimiento de mercados potenciales.
- Inestabilidad política-económica del Ecuador.
- Para los distribuidores de cuadernos la imagen de la empresa no esta bien definida.
- Los clientes no están conformes con el servicio post-venta.

Análisis de Oportunidades y amenazas

OPORTUNIDADES:

- La empresa papelera cuenta con tecnología de punta para la fabricación del producto esto le otorga una fuerte ventaja

frente a los competidores locales que aun no cuentan con la tecnología.

- El mercado (potenciales clientes) demanda calidad.
- Nichos de mercado con conciencia ecológica.
- Nuevos diseños y modelos de cuadernos.
- Incrementar la exportación del producto.

AMENAZAS:

- El ingreso de empresas competidoras del exterior, especialmente los cuadernos provenientes de China.
- Presiones por parte de los proveedores, incremento de precios de las materias primas.
- Tratados de libre comercio que lleguen a firmarse y que puedan interferir en el crecimiento de las exportaciones.
- Posibles desastres naturales o plagas que afecten a la producción de los mercados hacia los cuales se planifica exportar.

5.2.7 Segmentación del Mercado

En esta parte del estudio se trata de segmentar a los clientes que tengan necesidades y/o comportamientos de compra similares y que a ellos se llegue de igual manera con las estrategias de marketing, siendo el objetivo crear planes de marketing especialices a cada segmento. Los segmentos de mercado para este producto se lo ha realizado por el tipo de producto que compra siendo definido por sectores empresariales.

5.2.7 Estrategia del plan de marketing

Una vez realizado la investigación de mercado se llevo a la conclusión de que la empresa debe corregir algunos procesos, por lo tanto recomendamos:

- Se recomienda también capacitar al personal de servicio al cliente y ventas con la finalidad de mejorar el servicio pre y post venta, para los distribuidores es muy importante la atención personalizada.
- Mantener la calidad del producto ya que dentro de la investigación de mercados los clientes están satisfechos con la calidad del producto.
- En la investigación de mercados se encontró que los distribuidores son muy sensibles al precio, por lo cual se recomienda crear una estrategia competitiva híbrida la cual se basa en precios bajos y diferenciación del producto.

5.3 Planes Operativos

Con el propósito medir los resultados una vez implementados los planes de marketing para los productos caja de cartón corrugado y cuadernos respectivamente se recomienda crear indicadores o métodos de evaluación de cada uno de las estrategias.

5.3.1 Indicadores o métodos de evaluación para el plan de marketing para las cajas de cartón corrugado.

- **ESTRATEGIA:** Implementar en la empresa una reingeniería del proceso de despacho puesto que la mayoría de entrevistados coincidieron en que el servicio de entrega de las cajas de cartón corrugado es deficiente.

INDICADOR: utilizar un indicador que mida y controle los tiempos de entrega.

- **ESTRATEGIA:** Se recomienda capacitar al personal de servicio al cliente y ventas con la finalidad de mejorar el servicio pre y post venta.

INDICADOR: realizar encuestas de satisfacción a los clientes se recomienda que en los tres primeros meses de implantación de esta estrategia las encuestas sean realizadas en forma quincenal y luego sean realizadas en forma trimestral.

- **ESTRATEGIA:** Mantener la calidad del producto ya que dentro de la investigación de mercados los clientes están satisfechos con la calidad del producto.

INDICADOR: realizar controles de calidad en cada pedido producido, tomando muestras en cada corrida para ser analizadas y además se deben documentar los resultados obtenidos.

5.3.2 Indicadores o métodos de evaluación para el plan de marketing para los cuadernos.

- **ESTRATEGIA:** Se recomienda también capacitar al personal de servicio al cliente y ventas con la finalidad de mejorar el servicio pre y post venta, para los distribuidores es muy importante la atención personalizada.

INDICADOR: realizar controles de calidad en cada pedido producido, tomando muestras en cada corrida para ser analizadas y además se deben documentar los resultados obtenidos.

- **ESTRATEGIA:** Mantener la calidad del producto ya que dentro de la investigación de mercados los clientes están satisfechos con la calidad del producto.

INDICADOR: realizar controles de calidad en cada pedido producido, tomando muestras en cada corrida para ser analizadas y además se deben documentar los resultados obtenidos.

- ESTRATEGIA: En la investigación de mercados se encontró que los distribuidores son muy sensibles al precio, por lo cual se recomienda crear una estrategia competitiva híbrida la cual se basa en precios bajos y diferenciación del producto.

INDICADOR: realizar controles de rentabilidad a cada uno de los distribuidores.

CONCLUSIONES

El estudio que se desarrollo para la empresa papelera, con los productos de cajas de cartón y cuadernos, se muestra como resultados, un análisis de las cinco fuerzas de porter como empresa y un análisis de las 4 p utilizadas en marketing (producto, precio, plaza y promoción). Se planteo como problema del proyecto que esta empresa no contaba con un estudio previo cobre las necesidades y expectativas de los clientes de las cajas y para los clientes distribuidores de los cuadernos. Se plantearon objetivos para realizar un estudio cualitativo y cuantitativo donde se conoce lo siguiente:

Del producto de cajas de cartones corrugados, en el estudio cualitativo los entrevistados que fueron gerentes, jefes de compra, entre los puntos principales indicaron que ellos aprecian la calidad del producto el cual lo califican como excelente y muy bueno, aprecian también la flexibilidad, la atención personalizada y el Crédito, al servicio pre-venta lo califican entre bueno y regular, el servicio post-venta algunos entrevistados aseguran no haberlo recibido y otros lo califican como regular, aquí encontramos importantes puntos a mejorar, de la misma manera recomiendan mejorar la atención del vendedor, el servicio de entrega con la finalidad de disminuir los retrasos, ya que según los clientes los problemas en general han sido ocasionados por el retraso en la entrega de los pedidos.

El estudio cualitativo para los cuadernos, también se realizo con el personal de las distribuidoras jefes, dueños, jefes de compras: tienen en común con los productos de cajas que lo más importante para hacer negocio con la empresa ha sido la calidad, precio y buena atención. Los entrevistados califican a la empresa como calidad, organizada, eficiente, innovadora, en general la mayoría de clientes se refiere en forma positiva a la empresa, respecto al servicio pre-venta la mayoría de los entrevistados opinan que la atención es buena, pero mencionan ciertos factores que pueden mejorar como es la atención telefónica, y la atención del ejecutivo de cuenta, analizando las opiniones sobre

el servicio post-venta la mayor parte de entrevistados lo califican como regular y que debería ser explotado y mejorado.

La empresa es apreciada por la calidad y buena atención, a pesar de que los clientes de las cajas de cartón tienen un poco de dificultad con la entrega de los pedidos.

Se plantea dos planes de marketing para los cuadernos y las cajas de cartón corrugado respectivamente, se define misión y visión para los planes. Las estrategias que se señalan en el capítulo 5, tienen además como medir una vez implantados los proyectos de plan de marketing.

BIBLIOGRAFÍA

Malhotra Naresh (2004). "Investigación de mercados. Un enfoque aplicado". Pearson, Prentice Hall. (4ta Edición).

Pérez, C. (2000). "Técnicas de Muestreo Estadístico" .ALFAOMEGA Grupo Editor, S.A. de C.V., México.

Johnson & Scholes (2001). "Dirección Estratégica". Prentice Hall (5ta Edición).Madrid

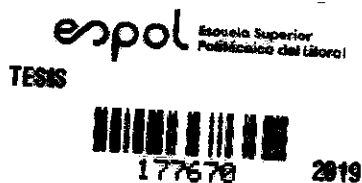
Orozco Arturo. (1999). "Investigación de Mercados. Concepto y Practica" Norma.

Datos obtenidos de la empresa. Información varia: reportes de ventas, cartera de negocio, historia de la empresa. Noviembre 2008

Pagina Web: www.inec.gov.ec

www.bce.fin.ec

www.monografias.com/trabajos51/papel-carton/papel-carton.shtml



ANEXO 1

ENCUESTA A CLIENTES DE LA EMPRESA PAPELERA

A. CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO

1. Hace que tiempo es cliente de la empresa? _____
2. De las siguientes alternativas señale cual fue su primer contacto con la empresa
 - a) Visita de asesor comercial
 - b) Personalmente
 - c) Referencias de otra empresa
 - d) Otro . Cuál? _____
3. De las siguientes alternativas señale que le motivo a hacer negocios con esta empresa
 - a) Precio
 - b) Referencias sobre la calidad del producto
 - c) Atención de los asesores comerciales
 - d) Otro. Cuál? _____
4. Cuando solicita el servicio de la empresa. ¿Se efectuó la cita programada para atender su requerimiento?
SI NO Por qué? _____

B. VALORACION DEL SERVICIO E IMAGEN DE LA EMPRESA

5. Califique en los siguientes ítems, al personal de la empresa que con usted al momento de la atención y servicio. (siendo 1 la menor calificación y 5 la máxima calificación)

ITEMS	1 Mala	2 Regular	3 Buena	4 Muy buena	5 Excelente
Atención					
Amabilidad					
Servicio					
Eficiencia					
Agilidad					
Información proporcionada					
Accesibilidad con personal de la empresa					

6. Evalúe los siguientes ítems

	N°	DESCRIPCIÓN / PUNTOS A EVALUAR	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
			1	2	3	4	5
VENTAS	1	La facilidad de comunicación con el ejecutivo de ventas					
	2	La frecuencia de visitas del ejecutivo de ventas					
	3	El aporte de soluciones por parte del ejecutivo de ventas					
	4	El conocimiento del ejecutivo de ventas					
CALIDAD DEL PRODUCTO	5	La calidad del producto en cuanto a resistencia					
	6	La calidad del producto en cuanto a la impresión					
	7	La agilidad en visitas técnicas de calidad (asesoría, reclamo)					
DESPACHOS	8	El cumplimiento de tiempo de entrega					
	9	El cumplimiento de cantidades solicitadas de cada producto					
	10	La manipulación del producto por parte del transportista					
	11	La rapidez en la atención de pedidos urgentes					
DISEÑO Y DESARROLLO	12	La calidad del diseño estructural					
	13	La calidad del diseño grafico					
	14	La agilidad en el diseño y desarrollo de nuevos productos					
ASISTENCIA TÉCNICA	15	La agilidad del departamento de asistencia técnica					
	16	La eficiencia del departamento en la asistencia de técnica					
CDBRANZAS	17	La agilidad del departamento de crédito					
	18	La comunicación con el departamento de crédito					

7. En que medios de comunicación ha escuchado mencionar o nombrar sobre los productos que ofrece la empresa Papelera (elija la o las que considere)

- a) _____ Televisión
- b) _____ Folletos
- c) _____ Radio
- d) _____ Revistas
- e) _____ Por referencia
- f) _____ Otros (especifique)

8. Como le gustaría informarse sobre productos y servicios que ofrece la empresa

- a) _____ Personalmente
- b) _____ Vía correo electrónico
- c) _____ Folletos
- d) _____ Revistas
- e) Otros: _____ (especifique)

C. PERCEPCION DEL COSTO / CALIDAD Y SERVICIO DE ENTREGA

9. Los costos de los productos con respecto a otras marcas de prestigio del mercado.

- a) Son superiores
- b) Iguales
- c) son Inferiores

10. Califique su percepción en relación a los costos de los productos de la empresa

- a) Excelente
- b) Muy buena
- c) Buena
- d) Regular
- e) Mala

11. Se cumplió con la fecha de entrega de su pedido

SI NO Por qué? _____

12. Volvería a preferirnos como proveedores?

SI NO Por qué? _____

13. ¿Cómo califica en términos generales, la atención brindada por todo el personal de la Empresa Papelera?

- 1. Excelente
- 2. Muy buena
- 3. Bueno
- 4. Regular
- 5. Malo

14. ¿Recomendaría usted a nuestra empresa como proveedora ?

1 SI 2 NO Por qué? _____

Si responde afirmativamente

12ª) Que característica destacan a esta empresa? _____

15. ¿ Que nos sugiere para mejorar nuestra atención usted, cliente, algún servicio o producto adicional con el que desee contar _____

Gracias por su colaboración

ANEXO 2

TRANSCRIPCIÓN DE LAS ENTREVISTAS DE PROFUNDIDAD

E1: GERENTE GENERAL HOMBRE 49 AÑOS

1. Que le motivo a hacer negocios con la empresa?

Lo que me motivo a hacer negocios con la empresa fue a partir de la visita que recibí por parte del Gerente quien me presento una interesante propuesta y además me brindo una imagen de confianza y seguridad respecto a la empresa.

2. Que opciones según usted le brinda la empresa?

Para mí la opción mas importante es la buena calidad con la cual fabrican las cajas, es realmente lo que mas me interesa.

3. Mencione calificativos que para Ud. Describan la empresa.

Entre los calificativos con los que puedo describir la empresa están: Calidad, responsabilidad, seriedad.

4. Que opina de la atención del servicio pre y post venta?

A mi parecer el servicio pre-venta es bueno, pero yo creo que podría mejorar porque en algunas ocasiones me indicaron que al vendedor hay que llamarlo en varias ocasiones para que atienda algún pedido que hemos querido colocar, en cuanto al servicio post-venta la verdad no lo hemos recibido.

5. Cual es su apreciación de la empresa?

Según mi apreciación la empresa es ordenada y cumple con los estándares de calidad en los productos.

6. Si pudiera mejorar algún servicio de la empresa, cual seria?

Yo recomiendo mejorar el servicio por parte del vendedor, no es que brinde un mal servicio pero lo puede mejorar, además deben ampliar el servicio post-venta porque en nuestro caso no lo recibimos.

7. Generalmente con que departamento o persona de la empresa tiene mayor contacto?

Al principio de la relación comercial el mayor contacto lo mantenía con el Gerente, en la actualidad mantenemos mayor contacto con el vendedor y con la bodega de despachos.

8. Como es el trato que mantiene con su ejecutivo de cuenta?

Mantenemos un trato cordial y de respeto, el es una persona atenta y educada pero lo que no me gusta es como le mencione anteriormente hay que llamarlo varias veces para que nos atienda cuando a mi parecer el como vendedor debe ser quien visite periódicamente la empresa.

9. Califique la calidad del producto.

La empresa fabrica un producto de excelente calidad que se ajusta a las normas requeridas.

10. Ha tenido algún inconveniente con sus pedidos?

Hasta el momento no se han presentado mayores inconvenientes, estoy satisfecho con el servicio brindado.

11. Si la empresa fuera una persona describa según su criterio las características que tendría.

Si la empresa fuera una persona yo la describiría como un hombre mayor, serio. Porque eso es lo que refleja la empresa seriedad y confianza.

E2: JEFE DE COMPRAS HOMBRE 30 AÑOS

1. Que le motivo a hacer negocios con la empresa?

Después de malas experiencias con el anterior proveedor de cartón eso nos motivo a buscar otras opciones y entre las que buscamos nos decidimos por esta empresa.

2. Que opciones según usted le brinda la empresa?

Nos brinda calidad en las cajas, ofrecen una buena combinación en los papeles lo cual nos otorga un buen nivel de resistencia en las cajas.

3. Mencione calificativos que para Ud. Describan la empresa.

Yo describo a la empresa como: responsable y que cumple con las fechas de entrega.

4. Que opina de la atención del servicio pre y post venta?

El ejecutivo que nos atiende nos da un buen servicio en cuanto al servicio post venta nos han atendido de forma aceptable cuando hemos requerido nos aclaren alguna duda o cuando presentamos algún reclamo.

5. Cual es su apreciación de la empresa?

Es una empresa con mucha responsabilidad y agilidad en la atención.

6. Si pudiera mejorar algún servicio de la empresa, cual seria?

Yo les recomendaría que mejoren el servicio de entrega, siempre tenemos contratiempos porque a veces se equivocan en las direcciones a las cuales deben entregar las cajas y eso nos genera retrasos en la distribución de nuestro producto.

7. Generalmente con que departamento o persona de la empresa tiene mayor contacto?

Con la coordinadora de ventas porque se la llama constantemente para dar seguimiento de los pedidos.

8. Como es el trato que mantiene con su ejecutivo de cuenta?

Tenemos una excelente relaciona con nuestro ejecutivo porque siempre esta pendiente de nuestro stock para poder colocar pedidos a tiempo, además que es una persona educada y que muestra respeto.

9. Califique la calidad del producto.

Para nosotros la calidad del producto es buena, hasta ahora no hemos tenido problemas.

10. Ha tenido algún inconveniente con sus pedidos?

Si

Indicar cuales fueron sus inconvenientes?

Se confundieron en la dirección de entrega, enviaron las cajas a otra hacienda que no las requería y eso ocasiono retrasos en el embalaje de nuestro producto en la otra hacienda.

Cuantas veces se presentaron?

Hasta ahora se ha presentado este problema en 2 ocasiones, que por cierto espero no se vuelvan a repetir porque nos ocasionan problemas.

11. Si la empresa fuera una persona describa según su criterio las características que tendría.

Si fuera una persona yo la describiría como un hombre elegante, de terno, con canas.

E3: JEFE DE COMPRAS MUJER DE 40 AÑOS.

1. Que le motivo a hacer negocios con la empresa?

Lo que nos motivo a hacer negocios con la empresa le soy sincera fue la insistencia del vendedor, nos visito tantas veces ofreciendo el producto que le colocamos un pedido mínimo para ver si los podíamos considerar como opción.

2. Que opciones según usted le brinda la empresa?

Entre las opciones que me ofrece esta el que pueden realizar cambios en las estructuras de las cajas que hemos requerido de acuerdo a nuestras necesidades, esto a las otras empresas se les hace más complicado.

3. Mencione calificativos que para Ud. Describan la empresa.

Yo describo la empresa como flexible y responsable.

4. Que opina de la atención del servicio pre y post venta?

El servicio pre-venta es muy bueno como le dije anteriormente la insistencia del vendedor fue lo que nos hizo decidir por la empresa hasta ahora nos atiende muy bien y siempre esta pendiente de darle seguimiento a nuestros requerimientos. El servicio post-venta no lo puedo calificar porque no hemos recibido este tipo de atención.

5. Cual es su apreciación de la empresa?

Para mi la empresa es muy competitiva frente a las demás, es una empresa confiable ya que hasta el momento hemos recibido cumplimiento en la entrega de nuestros pedidos.

6. Si pudiera mejorar algún servicio de la empresa, cual seria?

Les recomendaría que den mayor importancia al servicio post-venta porque como nosotros pueden existir otras empresas que no lo hayan recibido y es muy importante el seguimiento después de la compra para conocer, corregir y mejorar.

7. Generalmente con que departamento o persona de la empresa tiene mayor contacto?

Nosotros tenemos mayor contacto con el vendedor.

8. Como es el trato que mantiene con su ejecutivo de cuenta?

Mantenemos un trato cordial y profesional.

9. Califique la calidad del producto.

La calidad del producto es excelente.

10. Ha tenido algún inconveniente con sus pedidos?

No

11. Si la empresa fuera una persona describa según su criterio las características que tendría.

Me imagino un señor maduro, con experiencia, serio.

E4: GERENTE DE COMPRAS HOMBRE 51 AÑOS

1. Que le motivo a hacer negocios con la empresa?

Nosotros siempre compartimos la compra entre varios proveedores, ese es el motivo porque nos decidimos a hacer negocios con la empresa, lo hacemos para disminuir el riesgo de quedarnos sin cajas en caso de que uno de los proveedores no pueda cumplir.

2. Que opciones según usted le brinda la empresa?

No me brinda mayores opciones a más de la producción de nuestras cajas.

3. Mencione calificativos que para Ud. Describan la empresa.

Es una empresa que fabrica cajas de calidad, es confiable.

4. Que opina de la atención del servicio pre y post venta?

La atención que hemos recibido ha sido regular, la vendedora que nos atiende no es muy eficiente, siempre comete errores pero al menos los ha sabido resolver.

El servicio post-venta lo califico como bueno, porque nos han ayudado a resolver los problemas que se nos han presentado.

5. Cual es su apreciación de la empresa?

Según mi apreciación la empresa es seria y fabrica productos de calidad.

6. Si pudiera mejorar algún servicio de la empresa, cual seria?

Mejoraría la atención y agilidad por parte del vendedor, también recomendaría mejorar el cumplimiento en las fechas de entregas porque este año hemos tenido muchos retrasos y eso nos ocasiona perdidas.

7. Generalmente con que departamento o persona de la empresa tiene mayor contacto?

Mantenemos mayor contacto con la vendedora y con el gerente de producción.

8. Como es el trato que mantiene con su ejecutivo de cuenta?

El trato es bueno aunque a veces ha sido un poco conflictivo debido a los errores que ha cometido la vendedora.

9. Califique la calidad del producto.

La calidad del producto es muy buena.

10. Ha tenido algún inconveniente con sus pedidos?

Si

Indicar cuales fueron sus inconvenientes?

La vendedora ingreso tarde mi pedido esto por consiguiente ocasiono retraso en la entrega del mismo. En dos ocasiones elaboraron las cajas en otra medida esto ocasiono que devuelva todo el producto.

Cuantas veces se presentaron?

Este año se han presentado 3 problemas serios que son los que describí en la pregunta anterior, de ahí hemos tenido otros problemas que se han solucionado.

11. Si la empresa fuera una persona describa según su criterio las características que tendría.

Si la empresa fuera una persona la describiera como un hombre alto, de unos 50 años.

**E5: REPRESENTANTE DEL DEPARTAMENTO DE ADQUISICIONES
MUJER DE 45 AÑOS.**

1. Que le motivo a hacer negocios con la empresa?
Fue una decisión del Presidente de la compañía, asumo que negociaron directamente con el y analizo los beneficios, de lo que yo se uno de los motivos fue las buenas referencias en cuanto a la calidad del producto.
2. Que opciones según usted le brinda la empresa?
Nos brinda Calidad y buena atención.
3. Mencione calificativos que para Ud. Describan la empresa.
Atención cordial, profesionales, eficientes, responsables.
4. Que opina de la atención del servicio pre y post venta?
La atención en general es buena, ofrecen un buen servicio pre y post-venta.
5. Cual es su apreciación de la empresa?
Para mí la empresa es seria, se preocupa por dar una buena atención a los clientes.
6. Si pudiera mejorar algún servicio de la empresa, cual sería?
Mejoraría el servicio de entrega porque me da la impresión que están un poco descoordinados, la semana pasada se retrasaron en despachar mi producto porque según ellos no estaba producido aun y cuando revisaron ya estaba listo.
7. Generalmente con que departamento o persona de la empresa tiene mayor contacto?
Mantengo mayor contacto con el ejecutivo de nuestra cuenta.
8. Como es el trato que mantiene con su ejecutivo de cuenta?
Mantenemos un trato amable, de mucho respeto y cordialidad.

9. Califique la calidad del producto.

La calidad del producto es excelente, no tengo observaciones para este tema.

10. Ha tenido algún inconveniente con sus pedidos?

Si

Indicar cuales fueron sus inconvenientes?

Se presento retraso en la entrega del pedido, según la bodega de despacho nuestro pedido no estaba producida, lo cual resulto una equivocación.

Cuántas veces se presentaron?

Este problema se presento en el pedido anterior es decir en una atención

11. Si la empresa fuera una persona describa según su criterio las características que tendría.

Yo describiría a la empresa como un ejecutivo de unos 40 años, que usa lentes y se viste de terno y corbata.

E6: JEFE DE COMPRAS HOMBRE DE 35 AÑOS.

1. Que le motivo a hacer negocios con la empresa?

Dentro de nuestro sistema de gestión de la calidad esta el tener varias opciones para todo proceso de compra, especialmente ese fue el primer motivo para hacer negocios.

2. Que opciones según usted le brinda la empresa?

Entre las opciones que nos brinda la empresa están la atención personalizada y rápida, la buena calidad del producto que fabrican es muy importante para nosotros.

3. Mencione calificativos que para Ud. Describan la empresa.

Yo califico a la empresa como ágil, comprometida con la satisfacción del cliente.

4. Que opina de la atención del servicio pre y post venta?

En cuanto al servicio pre-venta ofrecen un servicio ágil y efectivo.

El servicio post-venta lo califico como regular, a mi parecer le falta mas desarrollo de este servicio, porque el seguimiento luego de la venta debe ser continuo.

5. Cual es su apreciación de la empresa?

Tengo en general una buena imagen de la empresa, es eficiente y confiable.

6. Si pudiera mejorar algún servicio de la empresa, cual seria?

Yo mejoraría la agilidad en los despachos, generalmente se retrasan en el despacho, casi nunca nos entregan tiempo.

7. Generalmente con que departamento o persona de la empresa tiene mayor contacto?

Mantengo mayor contacto con el ejecutivo de cuenta, con la jefa de la bodega de despacho y con la coordinadora de ventas.

8. Como es el trato que mantiene con su ejecutivo de cuenta?

El trato del ejecutivo de cuenta es bueno, nos brinda una atención personalizada.

9. Califique la calidad del producto.

La empresa ofrece producto de buena calidad.

10. Ha tenido algún inconveniente con sus pedidos?

Si

Indicar cuales fueron sus inconvenientes?

El mayor problema que se nos presenta es el incumplimiento en las fechas de entrega esto ha ocasionado que hagamos una reducción en los pedidos en alrededor del 10% y los coloquemos a la competencia.

Cuantas veces se presentaron?

Este problema se presenta de manera frecuente, deberían buscar la manera de encontrar el cuello de botella para corregir el problema.

11. Si la empresa fuera una persona describa según su criterio las características que tendría.

La representaría como una señora de carácter fuerte, elegante, respetable.

E7: GERENTE GENERAL HOMBRE DE 56 AÑOS

1. Que le motivo a hacer negocios con la empresa?

Antes de hacer negocios con la empresa recibí buenas referencias en cuanto a la calidad y servicio, esto es lo que me motivo ha elegir a la empresa como proveedor.

2. Que opciones según usted le brinda la empresa?

A nuestra empresa nos brinda opciones como el crédito porque dentro de nuestra política esta trabajar bajo esa condición, otra opción importante es la calidad del cartón esto es más relevante aun porque cuidamos que todo vaya de la mano con la excelente calidad de nuestros productos.

3. Mencione calificativos que para Ud. Describan la empresa.

Yo describiría a la empresa con los siguientes calificativos: eficiente, moderna, responsable.

4. Que opina de la atención del servicio pre y post venta?

La atención que brindan es satisfactoria, la ejecutiva de cuenta es una persona muy eficiente, dinámica, nos brinda una excelente atención, no tengo quejas al respecto. El Servicio Post-venta para mi parecer no es muy completo deberían saber solucionar los problemas que se presenten hace como un mes se llamo al personal del servicio post-venta por un inconveniente que se presento respecto al tipo de cajas porque nos estaban entregando un modelo que en ese momento no requeríamos en lugar del que si necesitábamos, se supone que ellos nos tenían que ayudar a solucionar el problema pero no tuvieron la predisposición de hacerlo, solo dijeron que llamemos a la bodega para averiguar que había pasado, eso no me pareció buen servicio.

5. Cual es su apreciación de la empresa?

Desde mi punto de vista la empresa es eficiente, responsable, seria.

6. Si pudiera mejorar algún servicio de la empresa, cual sería?

Mejoraría el servicio post-venta como le comente no tuve una buena experiencia con este departamento, también la bodega de despacho a mi parecer requiere un análisis para seleccionar mejor al personal porque la coordinadora de despachos no da un buen servicio.

7. Generalmente con que departamento o persona de la empresa tiene mayor contacto?

Con nuestra ejecutiva de cuenta, con la coordinadora de ventas y con el área de despachos.

8. Como es el trato que mantiene con su ejecutivo de cuenta?

Mantenemos un trato amable, de respeto y colaboración mutua.

9. Califique la calidad del producto.

La empresa produce un producto de calidad.

10. Ha tenido algún inconveniente con sus pedidos?

Si

Indicar cuales fueron sus inconvenientes?

He tenido problemas con los despachos, creo que no hay una buena comunicación con ese departamento, siempre se retrasan en la entrega.

Cuántas veces se presentaron?

No recuerdo cuántas exactamente pero si son algunas.

11. Si la empresa fuera una persona describa según su criterio las características que tendría.

Describir a la empresa como persona, primera vez que me hacen ese tipo de preguntas, bueno, yo la describiría como alguien fuerte, serio, de edad madura.

E8: ASISTENTE DE COMPRAS HOMBRE DE 28 AÑOS

1. Que le motivo a hacer negocios con la empresa?

Lo que nos motivo a hacer negocios con la empresa fue después de hacer una licitación resulto elegida entre varias empresas que aplicaron al proceso de selección de proveedor.

2. Que opciones según usted le brinda la empresa?

Nos ofrece compromisos de entrega, nos cumple con las fechas y cantidades acordadas, el producto es de calidad.

3. Mencione calificativos que para Ud. Describan la empresa.

Eficaz, puntual, una empresa seria y que nos brinda seguridad.

4. Que opina de la atención del servicio pre y post venta?

El servicio pre-venta es bueno, el vendedor cumple con las fechas de visitas que hemos pactado, atiende nuestros requerimientos de forma diligente.

El servicio post-venta debería dar un mejor servicio, como medir si el cliente esta satisfecho con el producto recibido por ejemplo, al menos a nuestra empresa no nos han hecho un seguimiento.

5. Cual es su apreciación de la empresa?

La empresa nuestro parecer esta bien estructurada, tienen procesos ordenados, cumplen con las normas de calidad.

6. Si pudiera mejorar algún servicio de la empresa, cual sería?

Yo diría que el servicio post-venta debería mejorar.

7. Generalmente con que departamento o persona de la empresa tiene mayor contacto?

Con el vendedor, la jefa de despachos.

8. Como es el trato que mantiene con su ejecutivo de cuenta?

El trato del vendedor es muy bueno.

9. Califique la calidad del producto.

La calidad de las cajas es excelente.

10. Ha tenido algún inconveniente con sus pedidos?

No

11. Si la empresa fuera una persona describa según su criterio las características que tendría.

La describiría como una persona mayor, ordenada y metódica.

TRANSCRIPCIÓN DE LAS ENTREVISTAS DE PROFUNDIDAD

E_{cua}1: JEFE DE COMPRAS HOMBRE 37 AÑOS

1. Que le motivo a hacer negocios con la empresa?
Lo que más influyo fue el buen precio, son muy competitivos en relación a los de la competencia.
2. Que opciones según usted le brinda la empresa?
Lo más importante que me brinda la empresa es la excelente calidad de los cuadernos, el precio también es importante porque este mercado es muy sensible respecto al precio.
3. Mencione calificativos que para Ud. Describan la empresa.
Entre los calificativos que describen la empresa puedo indicar que son competitivos, buena calidad y buena atención.
4. Que opina de la atención del servicio pre y post venta?
El servicio pre-venta brinda una buena atención, pero es importante mencionar que deben mejorar en cuanto a atención telefónica, porque es muy difícil comunicarse. El servicio post-venta creo que debería ser explotado porque para mi no brindan un servicio de calidad.
5. Cual es su apreciación de la empresa?
Según mi apreciación la empresa esta bien organizada, es una empresa de prestigio.
6. Si pudiera mejorar algún servicio de la empresa, cual seria?
Yo recomiendo mejorar el servicio de atención al cliente vía telefónica.
7. Generalmente con que departamento o persona de la empresa tiene mayor contacto?
El mayor contacto lo tengo con el vendedor.

8. Como es el trato que mantiene con su ejecutivo de cuenta?

El trato con el ejecutivo es muy bueno, es una persona inteligente y sobre todo diligente.

9. Califique la calidad del producto.

La calidad del producto es excelente.

10. Ha tenido algún inconveniente con sus pedidos?

No.

11. Si la empresa fuera una persona describa según su criterio las características que tendría.

La describiría como joven extrovertido, original sin complicaciones.

E_{cua}2: JEFE DE COMPRAS HOMBRE 48 AÑOS

1. Que le motivo a hacer negocios con la empresa?
Lo que nos motivo a hacer negocios con la empresa es la variedad de cuadernos que ofrece.
2. Que opciones según usted le brinda la empresa?
Buen precio, calidad, confianza y buena atención.
3. Mencione calificativos que para Ud. Describan la empresa.
Calidad, seriedad, responsable.
4. Que opina de la atención del servicio pre y post venta?
El servicio pre-venta es muy bueno, el vendedor es frecuente en sus visitas. El servicio post-venta es regular.
5. Cual es su apreciación de la empresa?
Es una empresa seria y organizada.
6. Si pudiera mejorar algún servicio de la empresa, cual seria?
Se podría mejorar el servicio de distribución.
7. Generalmente con que departamento o persona de la empresa tiene mayor contacto?
Con la vendedora y con el departamento de crédito.
8. Como es el trato que mantiene con su ejecutivo de cuenta?
Mi ejecutiva de cuenta me brinda una buena atención.
9. Califique la calidad del producto.
La calidad del producto es muy buena.
10. Ha tenido algún inconveniente con sus pedidos?

Si

Indicar cuales fueron sus inconvenientes?

Crédito no libero mi pedido a tiempo y me despacharon 3 días después, ese retraso ocasiono que mis clientes hagan pedido a otro proveedor.

Cuántas veces se presentaron?

Este año solo en una ocasión.

11. Si la empresa fuera una persona describa según su criterio las características que tendría.

La describiría como una empresa seria, bien estructurada.

E_{cua}3: JEFE DE ADQUISICIONES MUJER 34 AÑOS

1. Que le motivo a hacer negocios con la empresa?
El buen precio de los cuadernos.
2. Que opciones según usted le brinda la empresa?
El crédito y el Cumplimiento de los despachos, son las opciones más importantes.
3. Mencione calificativos que para Ud. Describan la empresa.
Es una empresa bien dirigida, controlada y con una estructura organizada.
4. Que opina de la atención del servicio pre y post venta?
El servicio pre-venta lo califico como muy bueno y al servicio post-venta lo califico como bueno.
5. Cual es su apreciación de la empresa?
Es una empresa que se preocupa por dar un buen servicio y mantener buenas relaciones con sus clientes.
6. Si pudiera mejorar algún servicio de la empresa, cual seria?
Ninguno, todos están bien.
7. Generalmente con que departamento o persona de la empresa tiene mayor contacto?
Con mi ejecutivo de cuenta, con producción y crédito.
8. Como es el trato que mantiene con su ejecutivo de cuenta?
La relación es muy buena, el joven me da muy buena atención.
9. Califique la calidad del producto.
La calidad del producto es excelente, no tengo quejas.

10. Ha tenido algún inconveniente con sus pedidos?

No ninguno.

11. Si la empresa fuera una persona describa según su criterio las características que tendría.

Si fuera una persona tendría una apariencia seria, representada por un señor de unos 40 años.

E_{cua}4: ASISTENTE DE COMPRAS MUJER 26 AÑOS

1. Que le motivo a hacer negocios con la empresa?
Fue el precio y la buena calidad de los cuadernos.
2. Que opciones según usted le brinda la empresa?
Nos brinda un buen producto, cercanía de la empresa a nuestra bodega, esto facilita el transporte de los cuadernos.
3. Mencione calificativos que para Ud. Describan la empresa.
Entre los calificativos que puedo indicar para describir la empresa están: ordenada, rápida, eficiente.
4. Que opina de la atención del servicio pre y post venta?
El servicio pre y post-venta para nosotros es bueno, ambos brindan una buena atención.
5. Cual es su apreciación de la empresa?
Mi apreciación es que es una empresa comprometida con los clientes y por hacerlos sentir parte de la empresa.
6. Si pudiera mejorar algún servicio de la empresa, cual seria?
Recomiendo que mejoren la atención telefónica, la verdad es súper complicado por eso llamamos al celular.
7. Generalmente con que departamento o persona de la empresa tiene mayor contacto?
Con el vendedor y con el coordinador de despachos.
8. Como es el trato que mantiene con su ejecutivo de cuenta?
El trato es muy bueno, el vendedor es muy amable.

9. Califique la calidad del producto.

La calidad del producto es buena, no hemos tenido reclamos fuertes de los clientes respecto a problemas de calidad.

10. Ha tenido algún inconveniente con sus pedidos?

No

11. Si la empresa fuera una persona describa según su criterio las características que tendría.

Seria una persona joven de unos 20 años, informal.

E_{cua}5: DUEÑO DE DISTRIBUIDORA HOMBRE 46 AÑOS

1. Que le motivo a hacer negocios con la empresa?

El precio porque en este negocio es lo que más influye a la hora de negociar.

2. Que opciones según usted le brinda la empresa?

Cumplimiento en entregas, buena calidad.

3. Mencione calificativos que para Ud. Describan la empresa.

Yo describo a la empresa como seria, eficiente.

4. Que opina de la atención del servicio pre y post venta?

En general los dos servicios son muy buenos.

5. Cual es su apreciación de la empresa?

Es una empresa que brinda confianza y seguridad, para mi es muy importante que una empresa tenga estas características porque uno como distribuidor se siente respaldado.

6. Si pudiera mejorar algún servicio de la empresa, cual seria?

Si yo pudiera mejorar algún servicio, mejoraría la atención del vendedor, casi no me visita, generalmente solo me llama para tomarme los pedidos, creo que un buen vendedor debe hacer su gestión completa.

7. Generalmente con que departamento o persona de la empresa tiene mayor contacto?

Con el vendedor aunque el contacto es telefónico, con la jefa de Crédito y con el área de despachos.

8. Como es el trato que mantiene con su ejecutivo de cuenta?

Mantiene un buen trato conmigo, pero me gustaría que me visitara mas seguido, porque no es lo mismo una comunicación vía telefónica que personal.

9. Califique la calidad del producto.

La calidad del producto es excelente, mis clientes a mas de buen precio también buscan productos de calidad, aunque esto depende del tipo de cliente ya que algunos no les importa la calidad sino el precio.

10. Ha tenido algún inconveniente con sus pedidos?

Bueno problemas graves no he tenido hasta ahora, solo hace como 2 meses me enviaron unos cuadernos que no había pedido, pero ese mismo día los cambiaron.

Cuántas veces se presentaron?

En una ocasión.

11. Si la empresa fuera una persona describa según su criterio las características que tendría.

De acuerdo a mi criterio describiría a la empresa como eficiente, puntual, de carácter responsable.

E_{cua}6: COORDINADOR DE COMPRAS HOMBRE 43 AÑOS

1. Que le motivo a hacer negocios con la empresa?

La buena atención del vendedor y los descuentos que me ofrecieron por compras de volumen, son dos aspectos que me motivaron a seleccionar como proveedor a la empresa.

2. Que opciones según usted le brinda la empresa?

Entre las opciones que me brinda la empresa están: el precio, la entrega del producto y la agilidad en la atención.

3. Mencione calificativos que para Ud. Describan la empresa.

Describo a la empresa como competitiva, actual, innovadora.

4. Que opina de la atención del servicio pre y post venta?

Para mi el servicio pre-venta es una de las fortalezas de toda empresa, pienso que deben mejorar el servicio hacerlo mas personalizado, mas frecuencias en las visitas, yo califico el servicio como bueno y al servicio post-venta lo califico como regular, no tengo mucho que opinar de este servicio porque no es muy frecuente recibirlo.

5. Cual es su apreciación de la empresa?

Mi apreciación de la empresa es muy buena, la empresa ha mantenido a lo largo de los años una imagen respetada en el medio y la ha ganado con su seriedad y buena calidad.

6. Si pudiera mejorar algún servicio de la empresa, cual seria?

Se debe mejorar el servicio pre-venta, la buena atención gana clientes y a los que ya son clientes los mantiene fieles, a veces el cliente valora más la buena atención.

7. Generalmente con que departamento o persona de la empresa tiene mayor contacto?

El mayor contacto lo mantengo con mi ejecutivo de cuenta, con la coordinadora de ventas y con la bodega de despachos.

8. Como es el trato que mantiene con su ejecutivo de cuenta?

Mantenemos una buena relación, la atención es buena pero debe mejorar la frecuencia de las visitas como dije en la pregunta anterior la atención es lo mas importante.

9. Califique la calidad del producto.

La calidad de los cuadernos es muy buena, la calidad de las pastas es excelente porque a diferencia de algunos cuadernos de la competencia son mucho mejores.

10. Ha tenido algún inconveniente con sus pedidos?

Si. La falta de seguimiento del vendedor hasta que el pedido es despachado, creo que el vendedor solo se preocupa de ingresar pedidos y no le da el seguimiento debido.

Indicar cuales fueron sus inconvenientes?

La falta de seguimiento del vendedor hasta que el pedido es despachado, creo que el vendedor solo se preocupa de ingresar pedidos y no le da el seguimiento debido.

Cuantas veces se presentaron?

El numero exacto no lo se pero creo que ese problema es continuo.

11. Si la empresa fuera una persona describa según su criterio las características que tendría.

Si la empresa fuera una persona seria alguien joven, que le guste la tecnología, innovador.