

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
 INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM
RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)

ORIENTACIONES PARA SU ELABORACIÓN:

El Resumen Analítico de Investigación (RAI) debe ser elaborado en Excel según el siguiente formato registrando la información exigida de acuerdo la descripción de cada variable. Debe ser revisado por el asesor(a) del proyecto. EL RAI se presenta (quema) en el mismo CD-Room del proyecto.

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	ESPECIALIZACION EN GERENCIA COMERCIAL con énfasis en VENTAS
2	TÍTULO DEL PROYECTO	DESARROLLO DE UNA FUERZA COMERCIAL ESPECIALIZADA EN NUEVOS PRODUCTOS PARA EL SECTOR INDUSTRIAL EN LA EMPRESA PURIFIL INTERNACIONAL LTDA.
3	AUTOR(es)	LINA MARIA BARRIOS RAMIREZ, DAVID LEONARDO CASTAÑO AVILA y SANTIAGO SANCHEZ SANTOS
4	AÑO Y MES	Septiembre 8 de 2014
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	PEDRO RICARDO RUGELES BURGOS
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	<p>This project arises from the opportunity of creating a new business unity for Purifil international LTDA, focusing on pool treatment systems based on Ozone. According to the research done, in Colombia, an approximate universe of 30.000 pools with different kind of uses exists, where 99% is treating maintaining processes through traditional methods on the basis of oxidizing halogens. Direct competition is almost null, and there is no evidence of structured market research in the sector, transforming this thesis into a competitive advantage for the company.</p> <p>Through this thesis the investigation team suggests different strategies and tactics for Purifil International Ltda to be implemented in the new business unit, with the objective to position the brand, enter de market of pool treatment and structure its selling force the most efficient way, because even though they have a wide knowledge of the business with more than 18 years of experience, potential clients and their purchasing motives are different from the ones the company is used to manage.</p> <p>To support this suggestions, internal and external factors that influence customer's decisions will be taken into account as well as the legal and standard framework that rules the sector, a deep financial analysis and the application of the updated marketing strategies theory will be performed</p>

7	PALABRAS CLAVES	Fuerza de ventas, Tamaño del mercado, Sistema de tratamiento de piscinas a base de ozono, estrategia,
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	Manufactura y servicios COD CIIU 2750
9	TIPO DE ESTUDIO	TRABAJO APLICADO
10	OBJETIVO GENERAL	Identificar la viabilidad en Purifil Internacional LTDA de estructurar la fuerza de ventas para una nueva unidad de negocio al interior de la compañía especializada en equipos para tratamiento de piscinas a base de ozono.
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar el tamaño de mercado para los sistemas de tratamiento de piscina con ozono. • Identificar maneras de maximizar el capital de trabajo instalado. • Generar una diversificación de productos manteniendo el Core Business de la compañía.

12	RESUMEN GENERAL	<p>Este proyecto nace gracias a la oportunidad de crear una nueva unidad de negocio para la empresa Purifil Internacional LTDA, enfocada en los sistemas de tratamiento para piscinas a base de ozono, lo que le permite a la empresa ampliar su estructura organizacional y tener un crecimiento constante, como lo ha venido haciendo desde su constitución. De esta manera, se pretende lograr una mayor rentabilidad para sus dueños y una mayor estabilidad para sus empleados, además de generar oportunidades de empleo.</p> <p>En Colombia, según la investigación realizada, existe un universo aproximado de 30.000 piscinas con diferentes tipos de uso, donde el 99% están realizando su mantenimiento por medio del sistema tradicional a través de la utilización de oxidantes halógenos. La competencia directa es casi nula y no existen estudios de mercado estructurados en el sector, permitiendo que esta tesis se convierta una ventaja competitiva para la compañía.</p> <p>En el proceso de investigación se encontraron las ventajas que tiene la utilización del ozono para el tratamiento de piscinas frente al tratamiento a base de oxidantes halógenos, lo que evidencia que a pesar de su popularidad, tienen efectos negativos para el medio ambiente y para la salud, por lo que se ha generado que la tendencia a nivel internacional sea la desaparición de los tratamientos de agua por medio de químicos, y la aparición de normatividades y leyes respecto a la utilización de los mismos.</p> <p>A lo largo de la tesis, el equipo de investigación sugiere diferentes estrategias y tácticas para que Purifil Internacional LTDA las implemente en su nueva unidad de negocio, con el fin de posicionar la marca, de penetrar el mercado de tratamiento de piscinas y de estructurar su organización de ventas de la manera más adecuada, ya que a pesar de que tienen un amplio conocimiento del negocio, con una experiencia superior a 18 años, los clientes potenciales y sus motivos de compra, difieren enormemente a los que la empresa está acostumbrada a manejar.</p> <p>Para argumentar estas sugerencias, se tendrán en cuenta variables internas y externas que influyen en la toma de decisiones de los clientes, se tendrá en cuenta la normativa que rige este sector, se hará un profundo análisis financiero y se aplicará la teoría actualizada que existe sobre estrategias de ventas y de mercadeo.</p>
----	------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

13	CONCLUSIONES.	<ol style="list-style-type: none">1. Se recomienda a la empresa Purifil Internacional Ltda. invertir en la estructuración y desarrollo de la nueva línea de negocio para el tratamiento de agua especializado en piscinas ya que es el momento indicado para introducir sus productos y servicios gracias a las condiciones actuales del mercado.2. Más de 18 años de experiencia en la actividad permiten que pueda desarrollar la nueva línea de negocio sin errores que empresas inexpertas pueden cometer, debido a que conocen la tecnología y la manera de venderla. La fuerza comercial se diferenciará a la actual, debido a que tendrán que manejar argumentos más técnicos y elaborados a través de la capacitación para el nuevo producto, pero la estrategia de venta no está muy lejos de la estructura que actualmente tiene la compañía.3. Al momento de definir la meta de ventas y sus respectivos costos se puede concluir que los ingresos de la compañía aumentarían en COP\$720'000.000 anualmente dejando unas utilidades aproximadas de COP\$147'000.000, lo cual aumentaría en un 8% los resultados actuales.4. Si la empresa decidiera comenzar a comercializar los sistemas de tratamiento a base de ozono para piscinas de una manera organizada seguramente a mediano plazo puede llegar a ser líder en el mercado nacional, puesto que la competencia no está especializada en el ofrecimiento de este producto y tiene un mercado objetivo bastante amplio para desarrollar su negocio.5. Es una excelente oportunidad para que la empresa pueda seguir creciendo y consolidar su nombre como una empresa sólida y de confianza en el sector, manteniendo el objetivo de brindar un producto de excelente calidad y servicio, lo cual ha sido la clave para encontrarse en la excelente posición en la que se encuentran actualmente.6. La tendencia y normatividad de utilización de productos verdes (amigables con el ecosistema) en la actualidad, hacen que el cliente pueda ver al producto como una necesidad acompañada de valores agregados para el medio ambiente y para la salud de los usuarios de las piscinas.7. Al hacer el análisis del mercado, se encontró que este sector maneja una metodología de ventas bastante informal, ya que no los distribuidores de insumos y accesorios para piscinas, ni los competidores, ni siquiera las entidades gubernamentales tienen dimensionado el tamaño del mercado. Esta es una gran oportunidad para Purifil Internacional LTDA, ya que al tener una estrategia más estructurada puede llegar a convertirse en líder del sector.8. Se está estimando para la primera fase la contratación de dos comerciales de planta, teniendo en cuenta la posibilidad de contratar funcionarios temporales en el camino según sea el movimiento de ventas en los dos años presupuestados para abarcar el territorio de Cundinamarca y Tolima, con el objetivo de realizar 120 instalaciones en este periodo.
----	----------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Allen, Franklin; Meyer, Stewart; Brealy, Richard A.. Principios de Finanzas Corporativas (Octava edición). McGraw-Hill. pp. 100-101. ISBN 84-481-4621-2. • Gava, Luana; Roper, Eva; Serna, Gregorio; Ubierna, Andrés. Dirección Financiera: Decisiones de Inversión (Primera edición). Madrid: Delta, Publicaciones Universitarias. pp. 36-37. ISBN 978-84-92453-22-1. • http://www.oxicom.es/mercados/aplicaciones-sectorocio/?gclid=CJPXy7eBw7wCFQbl7Aodg3kAZA • HDT 49-50: Uso de cloro para la desinfección de agua para consumo: efectos en la salud humana Por: Química María Luisa Castro de Esparza. Marzo-Junio 1992 • http://es.wikipedia.org/wiki/Ozono • Presentación: Química del Ozono, Centro Internacional del Ozono, Cuba • http://es.wikipedia.org/wiki/Hal%C3%B3geno • http://www.nordconsultors.es/hidrolisis.html • http://halmapr.com/news/hanovia/2009/10/05/luz-ultravioleta-un-sistema-unico-que-permite-reducir-las-cloraminas-desinfectar-y-economizar-agua/ • http://www.larepublica.co/consumo/la-efectiva-segmentaci%C3%B3n-de-clientes_112621 • http://melgar-tolima.gov.co/apc-aa-files/63306636643533333765656433326339/ESTADISTICAS_MELGAR_2008.xls • http://www.crecenegocios.com/el-servicio-de-post-venta/ • http://panamericanbusinessnetwork.com/como-llevar-adelante-una-campana-de-incentivos-para-la-fuerza-de-ventas-2/ • http://www.ipyme.org/Publicaciones/ManualTecnicaComerciales.pdf • http://es.wikipedia.org/wiki/ROI • http://www.pymesfuturo.com/pri.htm • http://www.crecenegocios.com/la-fuerza-de-ventas/ • http://www.definicionabc.com/general/comision.php#ixzz36SqBrYRI • http://54.84.219.185/~agro4786/wp-content/uploads/2014/05/resolucion-1618-de-2010.pdf • http://acolap.org.co/wp-content/uploads/2012/09/Ley-1209_08.pdf
----	-------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------