



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO

CARRERA:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de: INGENIERA
COMERCIAL**

TEMA:

**ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PINTURA LÁTEX (TIPO LVA) PARA
CONJUNTOS RESIDENCIALES, EN EL SUR DE LA CIUDAD DE QUITO, SECTOR
CAUPICHO, PERÍODO 2018-2019.**

AUTORA:

LUCIA NATALY SAMANIEGO OJEDA

DIRECTOR:

FAUSTO LIBNI CAÑIZARES ZÚÑIGA

QUITO, OCTUBRE 2021

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo Lucia Nataly Samaniego Ojeda con documento de identificación N°1724945728, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autora del trabajo de titulación intitulado: Análisis de la comercialización de pintura látex (tipo lva) para conjuntos residenciales, en el sur de la ciudad de Quito, sector Caupicho, período 2018-2019. mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniera comercial, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



Nombre: Lucia Nataly Samaniego Ojeda

Cedula: 1724945728

Fecha: Quito 04 de octubre de 2021

DECLARACIÓN DE COAUTORIA DEL DOCENTE TUTOR

Yo, Fausto Libni Cañizares Zúñiga, declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el artículo académico, **“ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PINTURA LÁTEX (TIPO LVA) PARA CONJUNTOS RESIDENCIALES, EN EL SUR DE LA CIUDAD DE QUITO, SECTOR CAUPICHO, PERÍODO 2018-2019”**, realizado por la señorita Lucía Nataly Samaniego Ojeda, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, 04 de octubre de 2021



Fausto Libni Cañizares Zúñiga

CC. 1712988292

DECLARATORIA Y AGRADECIMIENTO

El presente trabajo agradezco a Dios por haberme permitido concluir con una etapa más de mis estudios, por ser mi guía en todo este proceso.

A mis padres Homero y Lucia quienes con su amor y paciencia estuvieron desde mi primer día de universidad apoyándome y guiándome para poder ser una gran profesional.

A mis hermanas Sandra y Silvia que con su cariño y apoyo incondicional por estar conmigo en todo momento gracias.

A mi esposo Cristian gracias por siempre estar a mi lado, apoyarme siempre en todas mis decisiones y bríndame su amor cada día.

A mi hija Sarita que es mi motor principal para ser una gran profesional y una mejor persona cada día.

Agradezco a los todos docentes que, con su sabiduría, conocimiento y apoyo, motivaron a desarrollarme como persona y profesional en la Universidad Politécnica Salesiana.

Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento al Mba Libni Cañizares, principal colaboradora durante todo este proceso, quien, con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de este trabajo.

RESUMEN

El presente trabajo está basado en el análisis de la comercialización de pintura látex (tipo LVA) para conjuntos residenciales, en el sur de la ciudad de Quito, sector Caupicho, que de acuerdo con el autor M, Rafinno define que “La pintura comenzó como una técnica de expresión humana hace 32.000 años, las primeras pinturas rupestres se realizaron en las paredes de las cuevas donde vivían los pueblos primitivos. Sin embargo, es significativo recalcar que, en fecha, octubre de 2010, Sherwin Williams ingresó al mercado ecuatoriano al adquirir Pinturas Cóndor, la empresa de pinturas más grande del país, este gran movimiento ha traído innovación, servicio y los productos más avanzados a la industria, siendo el mayor proveedor de pintura para los proyectos inmobiliarios, en este sector. Fue esencial también efectuar un estudio de mercado mediante la aplicación de encuesta, la cual se direcciono a los clientes potenciales, determinando que el 75%, menciona que, si les gustaría que se brinde una asesoría del uso de producto para presentar un mejor de acabado y, de esta manera obtener los resultados que se requiere dentro de las viviendas, En los conjuntos residenciales ha tenido una gran acogida por parte de las empresas constructoras, mismo que es utilizado para el terminado de las viviendas, en base a ello se determina que la pintura látex (tipo LVA) es un producto calificado para este tipo de construcciones, beneficiando de esta manera a los dueños del nuevo hogar.

Palabras claves: Comercialización, pintura, látex, conjuntos residenciales, demanda.

ABSTRACT

This work is based on the analysis of the commercialization of latex paint (LVA type) for residential complexes, in the south of the city of Quito, Caupicho sector, which according to the author M, Rafinno defines that “The painting began as A technique of human expression 32,000 years ago, the first cave paintings were made on the walls of the caves where primitive people lived. However, it is significant to emphasize that, on October 2010, Sherwin Williams entered the Ecuadorian market by acquiring Pinturas Cóndor, the largest paint company in the country, this great movement has brought innovation, service and the most advanced products to the market. industry, being the largest paint supplier for real estate projects in this sector. It was also essential to carry out a market study through the application of a survey, which was directed to potential customers, determining that 75% mention that, if they would like to provide advice on the use of the product to present a better finish and, in this way, obtain the results that are required within the homes,

In the residential complexes, it has had a great reception by the construction companies, which is used for the finishing of the houses, based on this it is determined that latex paint (LVA type) is a qualified product for this type of construction. , thus benefiting the owners of the new home.

Keywords: Marketing, paint, latex, residential complexes, deman

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE CONTENIDOS	1
ÍNDICE DE TABLAS.....	2
ÍNDICE DE FIGURAS	3
RESUMEN	3
ABSTRACT.....	vi
1. INTRODUCCIÓN	1
2. JUSTIFICACIÓN.....	1
3. OBJETIVOS.....	2
3.1 OBJETIVO GENERAL.....	2
3.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS	2
4. MARCO TEÓRICO	2
5. MARCO METODOLÓGICO	4
5.1 Métodos de investigación	4
5.2 Técnicas y herramientas.....	5
6. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO	6
6.1 Resultados de la entrevista realizada al proveedor	6
6.2 Resultados de la encuesta realizada a los clientes potenciales	8
CONCLUSIONES	12
PROPUESTA DE SOLUCIÓN	12
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	13
ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 1. CASAS DUPLEX	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 2. Pinturas Latex LVA	¡Error! Marcador no definido.

Anexo 3. Detalle de ingresos del producto de pinturas látex (TIPO LVA)..... 15

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Perspectivas de clientes.....	8
Tabla 2. El uso de pintura	9
Tabla 3. Cómo lo califica	9
Tabla 4. Que verifica de los proveedores.....	10
Tabla 5. Aspectos de mejora.....	11

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Perspectivas de clientes.....	8
Figura 2. El uso de pintura	9
Figura 3. Como califica.....	10
Figura 4. Que verifica de los proveedores.....	10
Figura 5 Aspectos de mejora.....	11

1. INTRODUCCIÓN

El estudio del artículo está vinculado con el análisis de la comercialización de pintura látex (tipo lva) para conjuntos residenciales, en el sur de la ciudad de Quito, sector Caupicho, período 2018-2019, considerando que es un sector que está en auge de crecimiento poblacional, por tal razón se incrementa las viviendas.

Es significativo recalcar que el proceso urbanístico en especial el sector de Caupicho, en los últimos años ha incrementado el uso de pintura LATEX LVA, esto ocasionado por el crecimiento de la población que en el año 2018 se incrementó a 7.277 habitantes, sin embargo, al año 2020 la población asciende a 107.142, por lo que el surgimiento de conjuntos habitacionales en esta zona es alta, tomando en cuenta que el objetivo es dotar a la población quiteña de residencias dignas y modernas, que cumplan con los más altos estándares de construcción y que brinden un mejor estilo de vida (Dirección de Planificación MDMQ, 2018).

2. JUSTIFICACIÓN

La importancia del estudio actual está en cuantificar la demanda y oferta de la pintura látex tipo LVA así como identificar a los factores de la mezcla de mercado en relación a los proveedores, de esta manera se podrá conocer cómo fue la comercialización de pinturas LATEX tipo LVA pretendiendo conocer la influencia de este tipo de producto para obtener un terminado eficiente de las viviendas que en la actualidad son demandadas en este sector, y en base a ello contar con una información que puede ser utilizado por las empresas del sector, o para próximos estudios a fin de contribuir con datos valederos.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar el comportamiento que tiene la comercialización de pintura látex (tipo lva) en el sur de la ciudad de Quito, sector Caupicho, período 2018-2019.

3.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Identificar si existe demanda de pintura latex LVA, para conjuntos residenciales, en el sur de la ciudad de Quito, sector caupicho, periodo 2018-2019
- Determinar un marco metodológico, para en base a ello conocer las herramientas de investigación de campo, que permita validar datos valederos para el estudio.
- Efectuar una discusión de resultados, para en base a ello diagnosticar la comercialización de pintura LATEX.

4. MARCO TEÓRICO

Comercialización de pintura

Es significativo recalcar que Sherwin ha sido líder en la fabricación de revestimientos industriales y domésticos durante 150 años, el primer paso de la compañía hacia el liderazgo internacional fue en 1880, cuando lanzó su primera pintura premezclada, que era de mejor calidad que otras pinturas preparadas, y toda la industria había experimentado cambios trascendentales, en virtud a ello se ha puesto a disposición en el mercado un producto diferenciador que permitirá que los acabados de las casa de forma interna sean más vistosas, y en base a ello se atrae la atención de los futuros compradores.

Después de esta revolución, siguieron más innovaciones tecnológicas, lo que favoreció que la pintura se emplea en varios aspectos que son los hogares, herramientas agrícolas, puentes metálicos vehículos y ferroviarios. En las décadas siguientes, Sherwin-Williams logró un gran desarrollo a través de importantes adquisiciones y el desarrollo de nuevos y atractivos productos.

Se recalca que, en fecha, octubre de 2010, Sherwin Williams ingresó al mercado ecuatoriano al adquirir Pinturas Cóndor, la empresa de pinturas más grande del país, este gran movimiento ha traído innovación, servicio y los productos más avanzados a la industria,

favoreciendo también al sector de la construcción en el terminado de las casas dúplex, lo que se vuelve algo llamativo para los futuros compradores (Williams, 2020).

Descripción del producto

Según M, Rafinno La pintura comenzó como una técnica de expresión humana hace 32.000 años, las primeras pinturas rupestres se realizaron en las paredes de las cuevas donde vivían los pueblos primitivos. Para ello, se utilizaba sangre y otras sustancias, que de ahora en adelante serían reemplazadas por óleo y pintura. En su historia, su enfoque principal es el paisaje, los desnudos humanos, la naturaleza muerta y, finalmente, la abstracción (Raffino, 2020).

Bajo estos antecedentes la pintura se convirtió en un material esencial para el arte, por lo que surge una pintura LATEX LVA, considerada como una pintura arquitectónica, tipo vinil-acrílica, diseñada para decorar y proteger superficies de mampostería interiores y exteriores en construcciones nuevas y antiguas, dicho producto cumple con Certificación Sello de Calidad INEN NTE INEN 1544.

Inmobiliarias

Se determina que la palabra inmobiliarias, “hace referencia a las empresas que se dedican a la construcción, venta, arriendo o la administración de viviendas” (Romero & Guerra , 2018). En los últimos años este tipo de empresas han presentado un crecimiento

considerable dentro del país ecuatoriano sobre todo en las grandes ciudades como es la ciudad de Quito.

Esto enfocada con la decisión que tiene las personas en buscar una vivienda, a fin de mejorar el estilo de vida. De igual manera se habla de empresas constructoras que en cambio son entidades que se encarga de la ejecución o construcción de proyectos, para lo cual se emplea varios recursos o herramientas que están disponible en el mercado, en la que se incluye también el manejo de la pintura, por lo cual el estudio está enmarcado a conocer la comercialización de pintura Látex tipo lva, siendo un material especial para los acabados de los conjuntos residenciales situados en la ciudad de Quito sector sur, de esta manera a podido posicionarse dentro del sector inmobiliario.

Comercialización

El autor da conocer que la “comercialización es un conjunto de acciones destinadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización incluyen todos los procedimientos y métodos de trabajo para introducir productos de forma eficaz en el sistema de

distribución” (Sacchi, 2012 , pág. 1).

Por tanto, la comercialización se transforma en el acto de planificar y organizar una serie de actividades necesarias que permitan colocar bienes o servicios en el lugar adecuado y en el momento adecuado para asegurar que los clientes que constituyen el mercado conozcan y consuman los bienes o servicios, en este caso el uso de la pintura para el terminado de las partes internas de las casas dúplex, las cuales son comercializadas para el sector de la construcción.

Logística y distribución

“La logística y Distribución permite introducir al mercado productos, desde el que comienza a producirse hasta que finalmente llega a manos del cliente” (Sacchi, 2012 , pág. 1).

En este sentido los gerentes de las empresas deben determinar los medios más adecuados para llegar a los clientes, los cuales implica el establecimiento de métodos de distribución física, que es donde entran los procesos de distribución.

Canales de distribución

Se define que es el conjunto de personas y organizaciones involucradas en el proceso de ejecución productos para uso del cliente, un canal d distribución incluye tanto al productor como al consumidor final, o el intermedio o agente mercantil que participa en la

trasferencia de la propiedad o bien comercializado (Graham, 2019)

Canal de distribución directa

El productor o fabricante vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios. Es el caso de la mayoría de los servicios; también es frecuente en las ventas industriales porque la demanda está bastante concentrada (hay pocos compradores), pero no es tan corriente en productos de consumo” (Giraldo, 2016).

Es un punto donde la empresa vende los productos directamente a los clientes, es decir no intervienen los intermediarios, lo que permitirá que se negocie tiempos de entrega y, de pagos favoreciendo a las partes, en la situación económica.

5. MARCO METODOLÓGICO

5.1 Métodos de investigación

Para este estudio se utilizará la técnica de recolección de datos, lluvias de ideas, Diagrama de Ishikawa o causa efecto, diagrama de Pareto, FODA, el método científico descriptivo de investigación que en su esencia consiste en la observación actual, los hechos más relevantes, fenómenos y causas de los problemas a

solucionar. Este método procesará la interpretación racional y el análisis objetivo de los mismos.

Se determina la metodología que permitirá encontrar información o datos relevantes en relación con el análisis de la comercialización de pintura látex (tipo LVA) para conjuntos residenciales en el sector de Caupicho en el periodo 2018-2019, para la cual se empleará el método deductivo que de acuerdo al autor Bernal “implica sacar una conclusión basada en una premisa o un conjunto de hipótesis que son verdaderas.” (TAMAYO, 2016)

5.2 Técnicas y herramientas

Técnicas de investigación

En el desarrollo del estudio se utilizará como técnicas de recolección de datos, las detalladas a continuación:

La observación

En el proceso de investigación se utilizará como técnica de recolección de información la observación estructurada, con el soporte de un instrumento como es la lista de cotejo, por medio de la cual se revisará el área donde se desarrollan las actividades de comercialización, identificando la distribución de los productos, desde su pedido hasta la entrega final.

Entrevista

Esta técnica se aplicará al proveedor de pintura por medio de la cual se conocerá de primera mano cada uno

de los procedimientos que se ejecuta en la venta de pintura, determinado condiciones de almacenamiento, orden de pedidos, transporte y tiempos de entrega de la pintura.

La encuesta

Para la recopilación de los datos relevantes para el desarrollo de la investigación se aplicará también como técnica una encuesta preestablecida, misma que utilizará como herramienta el cuestionario diseñado en función las variables de estudio, el cual serán aplicado al representate de cada conjunto residencial a fin de conocer la perspectiva que tubo los clientes acerca de la operatividad y funcionamiento de la entidad en la entrega de los productos cuya característica de agrupación se centrará en la compra y utilización de pinturas que oferta la empresa.

Análisis y tabulación de los datos

Para el análisis y tabulación de los datos recolectados por medio de la aplicación de cada una de las técnicas establecidas, para lo cual se abordará los siguientes pasos:

Conocimiento del área de la empresa: se efectuará por medio de la observación, donde se registrará las condiciones físicas que tiene la entidad para la recepción, almacenamiento y despacho de la mercadería en las bodegas.

Verificación del proceso de comercialización. Se efectuará por medio de la aplicación de la entrevista a los trabajadores del área operativa y comercial a fin de

conocer los procesos de la venta y comercialización de los productos.

Procesamiento de la información: la información recolectada se ingresará en un software estadístico, en el cual se asignará un valor numérico a cada una de las variables estudiadas, los resultados se presentarán en forma de tablas y gráficos porcentual utilizados para facilitar la comprensión del lector.

6. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

6.1 Resultados de la entrevista realizada al proveedor

1. ¿Cuáles son los procesos que maneja la empresa para la venta de la pintura?

Dentro de las preguntas de la entrevista se detalló, que cuales son los procesos que maneja la empresa para la venta de la pintura, mismas que dan a conocer que ya cuentan con clientes potenciales, a los cuales se efectúa la venta, sin embargo por la mejora de la tecnología, tanto en maquinaria como diferentes formas de comercializar se emplea la herramienta de marketing digital, la cual ha permitido a través de las redes sociales mejorar o ampliar la cartera de clientes, es decir buscar nuevos mercados en los cuales se ha podido posicionar gracias a un producto de calidad que se brinda al sector de la construcción e inmobiliario.

Cabe recalcar también que manejan diferentes formas de distribución del producto, es decir a través de un canal directo como es productor. Consumidor, o indirecto como es; productor-intermediario- cliente lo que ha favorecido el posicionamiento dentro de un mercado, que actualmente es competitivo.

2. ¿Qué condiciones son las necesarias para el almacenamiento del producto de pintura?

Dentro de las preguntas de la entrevista que se efectuó, está relacionada con las condiciones necesarias para el almacenamiento del producto como es la pintura, a través de la cual se pudo conocer qué se debe guardar en un lugar seco y, sin cambios de temperatura ya, que son latas de metal, la cual sería ideal mantenerse o almacenar en estantes que sean de madera o de plástico, esto permitirá y facilitará para reducir al mínimo la oxidación y, que no existan daños dentro de los envases que pueden perjudicar el contenido, por lo que es esencial, que este tipo de organizaciones manejen un adecuado control de la mercadería.

Se recalca también que después de su uso si existen sobrantes, no es necesario que se guarde en otro recipiente ya que puede dañarse la pintura o echar a perder, por lo cual lo ideal es guardar en el mismo envase que es de metal y, se debe mantener bien sellado para evitar que se seque. De igual manera todo ese tipo de situaciones se da

conocer al cliente, para que pueda realizar un manejo eficiente del producto y, de esta manera garantizar la calidad de este.

3. ¿Cómo usted maneja las órdenes de pedido?

De esta manera mencionan que una orden de pedido se maneja entre el proveedor de la pintura y el cliente, en dicho documento consta la compra de productos, a través del cual se compromete el cliente a abonar un porcentaje del costo de la materia o el producto adquirido y, una vez que este sea entregado cancelará la totalidad del bien.

Una orden de compra tiene que ser registrada de manera eficiente para que no exista inconvenientes posteriores para la entrega, de esta manera se debe incluir los siguientes datos cómo es; nombre, dirección de la compañía que hace el pedido, número de orden de compra, lugar y fecha de emisión del pedido, nombre y dirección, así como los términos de entrega, de pago y la cantidad de artículos de pintura solicitada, también la descripción del producto y el precio por unidad, de igual manera deberá constar el costo de envío y la firma autorizada por el administrador, quién autoriza la salida de la mercadería.

Todos estos aspectos permiten que se cumpla con lo pactado con el cliente y, de esta manera se consigue también fidelizar al cliente, al presentar un servicio y un producto de calidad, todo está embarcado a beneficiar al sector de la construcción e inmobiliaria al

utilizar este tipo de pintura para sus acabados de sus casas dúplex.

4. ¿En cuestión de transporte que parámetros maneja la empresa?

De igual forma se planteó la pregunta relacionada, con el transporte que traslada la mercadería, qué tipo de parámetros debe presentar, de esta manera dan a conocer que es preferible contar vehículos, es decir presentar la propia planta para distribución mismos que son equipados para que al trasladar la mercadería o la pintura no provoque daños,

Esto favorece para que la mercadería llegue en buen estado para que cliente se sienta satisfecho con el producto y, pueda utilizarlo sin ningún tipo de dificultad, esto permite que se brinde un servicio eficiente por lo cual se puede fidelizar al cliente potencial y, se genere los ingresos económicos para la solvencia de la organización.

Sin embargo, es importante también recalcar que siempre se valida el producto terminado, para que la salida de mercadería sea ideal y, si existiera dificultades cambiarlo por uno que esté en buen estado y, evitar conflictos con los clientes potenciales.

5. ¿Cuáles son los tiempos que usted maneja con su cliente?

En relación con la pregunta dan a conocer que los tiempos se establecen acorde a los siguientes parámetros como es; la proforma, orden de pedido aceptado,

verificación de inventarios, despacho interno, entrega al cliente, aceptación de producto y facturación, de esta forma se entiende, los intervalos de tiempo que se tiene en la atención al cliente.

6. ¿Dé a conocer qué tipo de colores son los más demandados dentro de su portafolio de comercialización?

Existe un stock con una gran variedad de colores, los de mayor demanda o consumo son, el color blanco 500 TROP, terracota 524TROP, marfil 512 TROP, marina 533TROP, verde manzana 523 TROP, amistad 560 TROP, de igual forma se debe recalcar que los demás colores tienen acogida, pero en porcentajes menores.

7. ¿Las ventas que se generan por este tipo de producto de pintura látex (Tipo LVA), permite presentar un nivel de rentabilidad?

Sin duda alguna la acogida que ha presentado el producto de pintura látex (Tipo LVA), ha favorecido para la mejora de la rentabilidad de la organización, la importancia radica que se ofrece un producto garantizado, de igual forma se maneja varios colores, en base a ello se ha logrado fidelizar a los clientes potenciales, se ha podido posicionarse dentro de un mercado altamente competitivo, a través de precios que están a la par de la competencia.

Población sujeta de la investigación

La población para la aplicación de la encuesta esta direccionado a 20 clientes potenciales de conjuntos residenciales que maneja Pinturas cóndor.

6.2 Resultados de la encuesta realizada a los clientes potenciales

1. ¿Qué perspectiva tuvieron los clientes, al observar la parte interna de la vivienda?

Tabla 1. Perspectivas de clientes

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Muy buena	15	75
Buena	3	15
Regular	2	10
Mala	0	0
TOTAL	20	100

Fuente: Investigación de campo.
Responsable: Nataly Samaniego

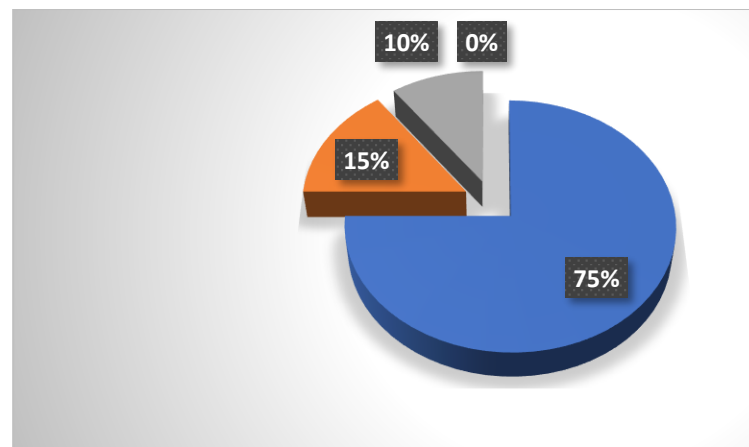


Figura 1. Perspectivas de clientes
Fuente: Investigación de campo

Responsable: Nataly Samaniego

Se pudo conocer con un porcentaje alto que corresponde al 75% que es muy buena, seguido con un 15% que da a conocer que es buena y, un 10% menciona que es regular, bajo esta perspectiva se define que la calidad de terminado de las viviendas con la utilización de la pintura que se emplea es la adecuada y, hace que sea agradable, por lo que llama la atención a los clientes que desean una vivienda dentro de los conjuntos residenciales dentro del sector sur de la ciudad de Quito.

2. ¿Les agradó a los clientes de los conjuntos el uso de pintura LÁTEX (TIPO LVA), en el terminado interior de su vivienda?

Tabla 2. El uso de pintura

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Si	18	90
No	2	10
TOTAL	20	100

Fuente: Investigación de campo
Responsable: Nataly Samaniego

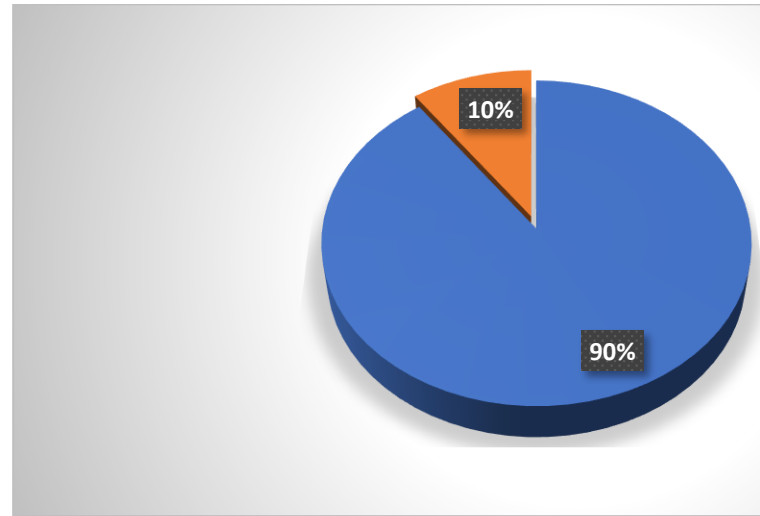


Figura 2. El uso de pintura

Fuente: Investigación de campo
Responsable: Nataly Samaniego

Se pudo conocer en un porcentaje alto de 90% que, si les agrado, sin embargo, con un porcentaje del 10% menciona que no, bajo esta perspectiva se define que el producto es aceptado para el diseño de estas viviendas y, en base a ello poder fidelizar al cliente para la adquisición de la vivienda dentro de los conjuntos residenciales.

3. ¿Usted como cliente que adquiere el producto de pintura LÁTEX (TIPO LVA) para el terminado de los proyectos de conjuntos residenciales como lo califica?

Tabla 3. Cómo lo califica

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Muy buena	15	75
Buena	5	25
Regular	0	0

Mala	0	0
TOTAL	20	100

Fuente: Investigación de campo
Responsable: Nataly Samaniego

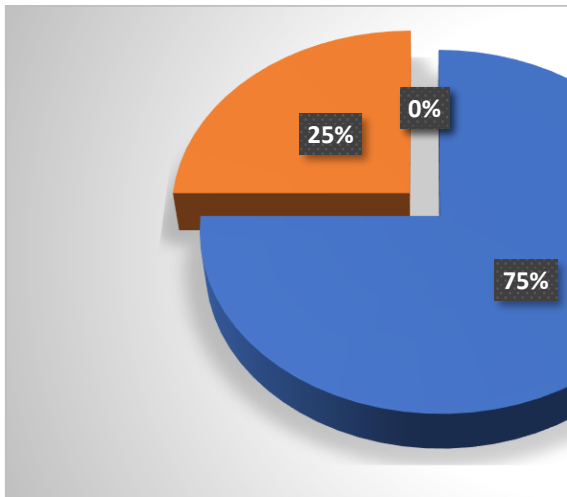


Figura 3. Como califica
Fuente: Investigación de campo
Responsable: Nataly Samaniego

Se pudo conocer con un porcentaje alto con el 75% que muy buena, seguido con el 25% que es buena, por lo que se puede apreciar que la pintura que se obtiene para ese tipo de obras, permitirá obtener una imagen adecuada dentro del interior de la vivienda, a fin de cubrir las expectativas de los futuros dueños del hogar, en base a ello es importante que se cuente con proveedores calificados para la entrega de este producto a fin de poder beneficiar a las dos partes.

4.- Qué es lo que usted, valora más al adquirir la pintura de sus proveedores?

Tabla 4. Que verifica de los proveedores

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Rápida entrega	6	30
Precio del producto	5	25
Calidad del producto	8	40
Variedad de colores	1	5
TOTAL	20	100

Fuente: Investigación de campo
Responsable: Nataly Samaniego

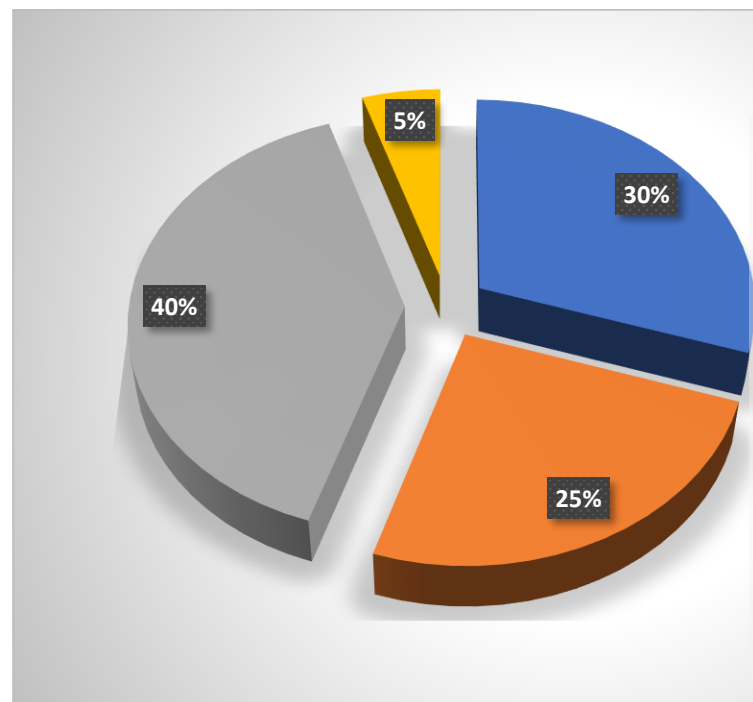
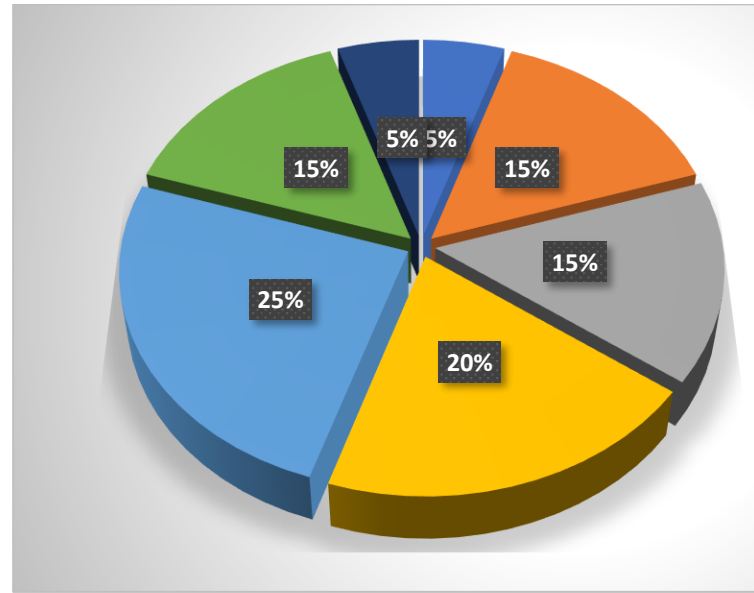


Figura 4. Que verifica de los proveedores
Fuente: Investigación de campo
Responsable: Nataly Samaniego

Se pudo conocer con el 40%, la calidad de producto, seguido con un 30% la rápida entrega y menores porcentajes con 25% también mencionan en el precio del producto, finalmente dan a conocer la variedad de colores, en base a ello se ha podido negociar de manera eficiente la entrega de los productos a fin de cubrir una necesidad existente por parte de la constructora.



5. ¿En qué aspectos le gustaría que los proveedores mejoren?

Figura 5 Aspectos de mejora
Fuente: Investigación de campo
Responsable: Nataly Samaniego

Tabla 5. Aspectos de mejora

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Formas de pago	1	5
Tiempos de entrega	3	15
Variedad de productos	3	15
Formas de aplicación	4	20
Capacitación sobre el uso	5	25
Formas técnicas de almacenamiento	3	15
Precaución en general	1	5
TOTAL, GENERAL	20	100

El aspecto de mejora más importante se encuentra la capacitación sobre el uso del producto con el 25%, seguido con el 20% formas de aplicación de la pintura, siendo los datos más relevantes que se debería cambiar o implementar para que exista un mejor trato con el cliente potencial.

Fuente: Investigación de campo
Responsable: Nataly Samaniego

CONCLUSIONES

- Se recalca que la comercialización de pintura látex tipo LVA, que se utiliza en los conjuntos residenciales ha tenido una gran acogida por parte de las empresas constructoras, mismo que es utilizado para el terminado de las viviendas, de igual manera se pudo conocer que existe la acogida correspondiente por parte de los futuros dueños de la vivienda, en base a ello se determina que es un producto calificado para este tipo de construcciones, beneficiando de esta manera a los dueños del nuevo hogar.
- Por parte de los clientes potenciales que utilizan pintura látex tipo LVA, en sus proyectos, mencionan que sería efectivo que la empresa proveedora de este tipo de producto, les pueda brindar una asesoría del uso de producto para presentar un mejor uso y de esta forma obtener los resultados que se

requiere dentro de las viviendas, igualmente solicitan que se envíen cotizaciones de los nuevos productos, para contar con mayores opciones para el terminado de las viviendas.

- Se puede apreciar que la pintura látex tipo LVA, en la población objetivo, ha presentado una acogida alta, como es el mercado de la construcción que ha favorecido en el terminado de los proyectos de los conjuntos residenciales del sur de la ciudad de Quito, sector Caupicho.

PROPUESTA DE SOLUCIÓN

- Se sugiere a los proveedores de pinturas látex tipo LVA, que realizan la comercialización para conjuntos residenciales, implementen un plan de capacitación direccionado al mercado objetivo que emplean este tipo de

producto, a fin de que conozcan los parámetros de aplicación y, el tiempo de secado de la pintura para que se obtenga un terminado de calidad, esto favorecerá para que puedan incrementar el nivel de venta y, beneficiar a las personas que adquieren la vivienda.

- De igual forma las empresas que se dedican a la comercialización de pintura látex (tipo LVA) para conjuntos residenciales, deberán implementar nuevas políticas de negociación, en la que se maneje nuevas pautas de pagos y entregas del producto, para de esta manera cubrir una necesidad existente, y lograr un mutuo beneficio con las empresas constructoras.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Dirección de Planificación MDMQ. (5 de Junio de 2018). *Censo de población y vivienda*. Obtenido de <https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/2286/1/CD-2975.pdf>

Giraldo, J. (2 de Junio de 2016). <https://www.gestiopolis.com/teoria-del-mercadeo/>. Obtenido de Teoría del Mercado : <https://www.gestiopolis.com/teoria-del-mercadeo/>

Graham, M. (2019). *Investigación de mercados*. Madrid : Esic .

Naghi, M. (s.f.). *Metodología de la Investigación* (segunda ed.). Limusa Noriega.

Pinturas Condor . (30 de Marzo de 2021). *LVA LATEX VINIL* . Obtenido de <https://www.pinturascondor.com/product/lva/>

Raffino, M. (6 de Julio de 2020). *Pintura* . Obtenido de <https://concepto.de/pintura/#:~:text=La%20pintura%20inici>

a%20como%20t%C3%A9cnica,
paulatinamente%20por%20
aceites%20y%20pigmentos.

Romero, P., & Guerra, D. (2018).
Negocios y economía.
Plemika, 5-6.

Sacchi, A. (9 de Marzo de 2012).
Teorías de comercialización .
Obtenido de
[https://www.proz.com/kudoz/
spanish-to-](https://www.proz.com/kudoz/spanish-to-)

Zermeño, F. (2014). *Lecciones de
desarrollo Económico*.
México: Pearson.

southamericanindianother/en
gineering-industrial/4799480-
teorias-de-
comercializacion.html#:~:text=
=La%20comercializaci%C3%
B3n%20es%20el%20conjunt
o,en%20el%20sistema%20d
e%20distribuci%C3%B3n.

Servin, A. d., & Andrade, A. (2001).
Introducción al muestreo. México: Limusa.

Anexo 3. Detalle de ingresos del producto de pinturas látex
(TIPO LVA)

PINTURAS CONDOR SA			
Información Estados Financieros			
 INFORMACIÓN ESTADOS FINANCIEROS DE LA COMPAÑÍA			
Estado Situación	Estado Resultados	Estado Flujos Efectivos	Estados Cambios Patrimonios
Estado Financiero correspondiente al año: 2020			
Código de la Cuenta Contable	Nombre de la Cuenta Contable	Valor	
1005	TOTAL INGRESOS ACTIVIDADES ORDINARIAS	60,714,707.60	
1025	(=) Utilidad Bruta	19,927,251.90	
1030	TOTAL GASTOS OPERACIONALES	16,574,139.70	
1040	(=) Utilidad Operacional	3,353,112.17	
1045	TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	1,179,009.55	
1055	TOTAL GASTOS FINANCIEROS Y OTROS GASTOS NO OPERACIONALES	621,104.04	
1065	(=) Utilidad antes de Participacion a trabajadores	3,911,017.68	
1075	(=) Utilidad antes de Impuesto a la Renta (10065 - 803)	3,324,365.03	

Capacidad de comercialización de pintura látex (TIPO LVA)

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO			
DETALLE		65%	35%
	COMERCIALIZACIÓN TOTAL	PRESENTACIÓN CANECA	PRESENTACIÓN GALÓN
DIRI A	1.500	975	525
MEN SUA L	33.000	21.450	11.550
ANU AL	396.000	257.400	138.600

20,59%, por lo que dicha pintura LÁTEX (TIPO LVA), ha tenido una acogida alta dentro del mercado objetivo, de la misma forma se ha manejado herramientas publicitarias que han favorecido para el crecimiento de la cartera de clientes.

Ingresos de la comercialización de pintura látex (TIPO LVA)

DETALLE DE VENTAS	VALORES
Pintura látex (TIPO LVA) caneca	257.400
Precio unitario	44,00
Venta total	11.325.600,00
Pintura látex (TIPO LVA) galón	138.600
Precio unitario	8,50
Venta total	1.178.100,00
INGRESOS TOTALES	12.503.700,00

Observación: Como se puede apreciar la empresa de pinturas CONDOR S.A, presenta ingresos de actividades ordinarias en el año 2020, por un valor de \$60.714.707,60 de dólares americanos, siendo parte primordial de este elevado ingreso el producto de pintura látex (TIPO LVA) que facturo en el mismo periodo \$12.503.700,00 dólares americanos que corresponde a un porcentaje del