

CAPÍTULO II

2. CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA FUENTES SAN FELIPE S.A. UBICADA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI.

2.1. RESEÑA HISTÓRICA

A continuación se encuentra una breve descripción de la historia del grupo denominado Fuentes San Felipe, se inició en el año 1928, cuando su fundador el Señor Eloy Alberto Sánchez Cañas, adquirió las fuentes de agua mineral en el sector de San Felipe, en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi.

Con gran visión su fundador inicia el embotellamiento de esta prestigiosa agua, en botellas verdes y cafés con etiquetas de papel, las mismas que eran empacadas en sacos de yute. La primera maquinaria que se utilizó fue manual y de origen alemán.

Con el paso de los años va cambiando el diseño y la forma de los envases de acuerdo a las tendencias de la época, así como la maquinaria, que poco a poco se va automatizando.

San Felipe es un símbolo de tradición en Cotopaxi, su provincia de origen, y ha sido condecorada por varias ocasiones, recibiendo los siguientes premios:

- Premio Especial Feria Exposición del Centro Agrícola de Latacunga – Noviembre 1954.
- Al Mérito Laboral otorgado por el Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos – Septiembre 2001.
- Premio Especial Feria Exposición del Centro Agrícola de Latacunga – Noviembre 2002.
- Reconocimiento por la brillante trayectoria y contribución al adelanto provincial, otorgado por el Consejo Provincial de Cotopaxi – Abril 2003.

2.1.1. Información general

La empresa Fuentes San Felipe S.A. se dedicada al procesamiento del agua mineral natural con gas y sin gas, siendo proveedora de trabajo estable para los habitantes de la provincia y activando la economía nacional.

Tabla 2.1 “Ficha Técnica de la Empresa”

FICHA DE IDENTIFICACIÓN E INFORMACIÓN BÁSICA DE LA EMPRESA	
Razón Social:	FUENTES SAN FELIPE S.A.
Gerente General (Representante Legal)	Ing. Nelson Sánchez Villacís
Ventas:	Ing. Roberto Acosta
E-mail:	aguasanfelipe@andinanet.net
RUC:	0590055328001
Rama de actividad:	Procesamiento de agua mineral
Principales productos o servicios:	Agua mineral con gas, sin gas
Segmento de mercado:	Interno
Encuetas a realiza (muestra)	398 personas
Dirección de la Planta Industrial:	Av. Cuba s/n y pasaje Eloy Alberto Sánchez
Ciudad:	Latacunga
Provincia:	Cotopaxi
Teléfonos:	032 2814-131 - 132 FAX: 032814-131 ext. 25

Fuente: Fuentes San Felipe S.A.

Realizado por: La autora.

2.1.2. Visión

Ser una empresa líder a nivel nacional en la producción y comercialización de agua mineral natural con gas, sin gas, con tecnología moderna y filosofía de calidad en los productos, dando un servicio personalizado al cliente.

2.1.3. Misión

Procesar y comercializar agua mineral y bebidas, bajo procesos y controles de calidad para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes y consumidores, con el compromiso de accionistas, directivos y personal altamente motivado y capacitado, generando beneficios para la empresa y la comunidad.

2.1.4. Objetivos

2.1.4.1. Objetivo general

Ofrecer productos de alta calidad, innovadores, basados y respaldados en la investigación de profesionales, precios adecuados para la mayor parte de la población e implementar mejoras en la producción para estar preparados a la demanda de los productos.

2.1.4.2. Objetivos específicos

- Mejorar el sistema de recursos humanos de la empresa.
- Establecer políticas y normas para todos los departamentos de la empresa.
- Mejorar el sistema de comunicación de la empresa.
- Implementar un sistema de calidad en la empresa.
- Buscar alternativas de financiamiento.
- Incrementar el volumen de venta.

2.1.5. Principios que rigen a la empresa

a) Trabajo en Equipo

Cooperar con el personal que labora en las diferentes áreas de la empresa, brindando información, realizando tareas conjuntas para alcanzar los objetivos propuestos, brindando apoyo y colaboración a los distribuidores y clientes.

b) Lealtad

El personal trabaja bajo altos principios de honradez y honestidad con los propietarios, superiores, compañeros, clientes y proveedores, valorando a las personas y a los recursos materiales de la empresa, dando prioridad a la verdad sobre todas las cosas y velando por la seguridad y bienestar empresarial.

c) Calidad

Realizar las labores físicas e intelectuales con normas de calidad, para ofrecer tanto a los clientes internos como externos productos y servicios que cumplan con las expectativas que requieren.

d) Motivación

Desarrollar un ambiente de trabajo armónico y entusiasta con un espíritu y ánimo personal, lleno de energía en impulso para realizar tareas y tratar a las personas con positivismo y optimismo.

e) Iniciativa

Impulsar a las personas como así mismo para el desarrollo y aplicación de nuevas ideas que permiten el mejoramiento de procesos en la fábrica, creando e innovando acciones de crecimiento de desarrollo empresarial.

f) Predisposición al cambio

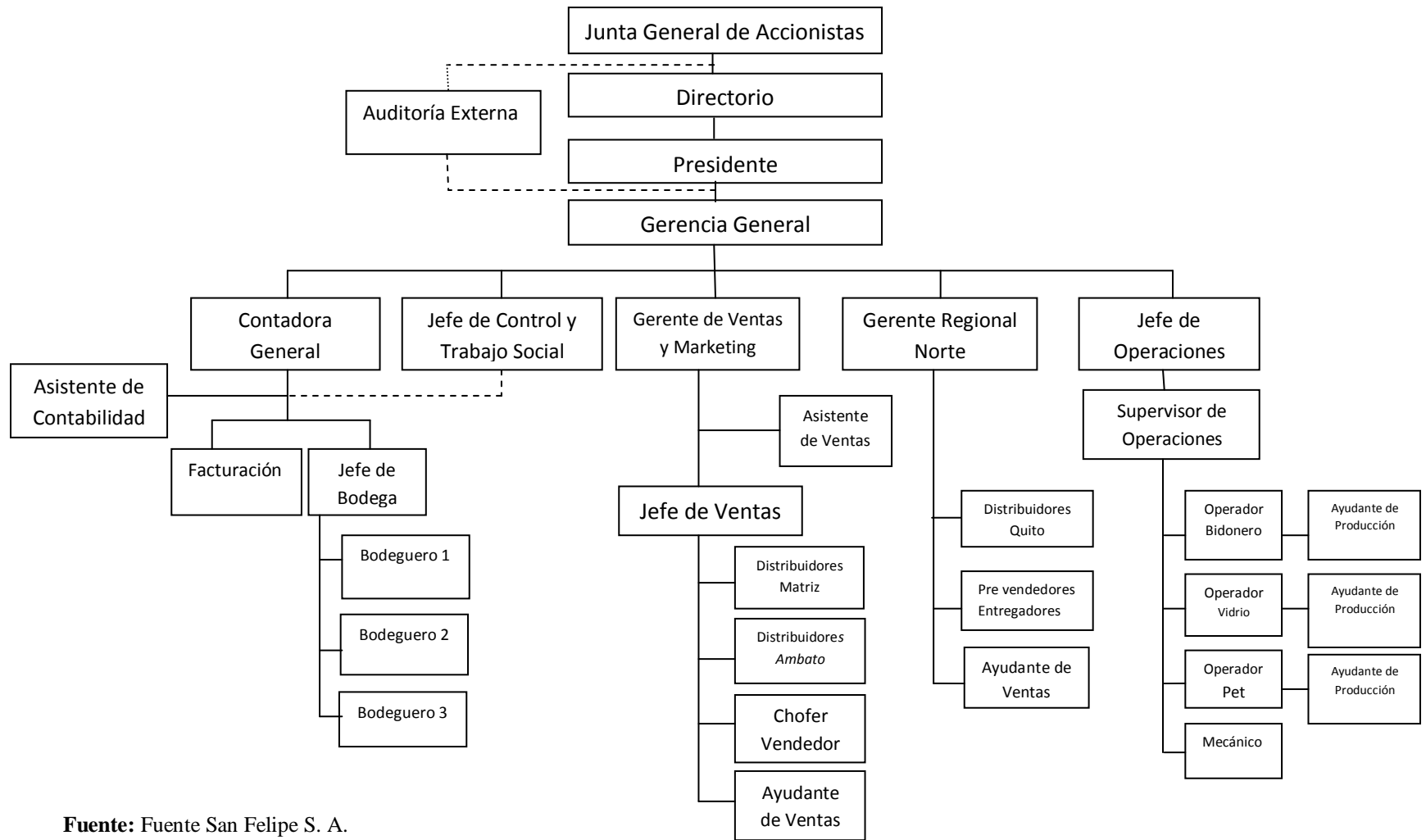
Adaptarse a los cambios que desarrolle la empresa con la finalidad de promover logros y objetivos y trabajar con involucramiento para que los nuevos cambios sean más fáciles de asimilar.

g) Seguridad

Proteger la integridad física de las personas y maquinarias que laboran y pertenecen a la fábrica.

2.1.6. Organigrama estructural de Fuentes San Felipe S. A.

Gráfico 2.1 “Organigrama estructural de Fuentes San Felipe S. A.”



Fuente: Fuente San Felipe S. A.
Elaborado por: La autora.

2.1.6.1. Descripción de funciones

De acuerdo a la estructura orgánica de la empresa Fuentes San Felipe S.A. se describen las siguientes funciones del personal que labora en cada área:

Gerencia

En esta sección se encuentra a cargo del Ing. Nelson Sánchez Villacís quien tiene como funciones las siguientes:

- Representación legal y dirección general de la empresa.
- Aprobación de los cronogramas de trabajo de las garantías técnicas de comercialización y administrativas.
- Aprobación de respuestas.
- Revisión y ajuste de los planes de la empresa con el fin de ampliar con los objetivos de la misma.
- Fijar la remuneración de los empleados y trabajadores.
- Revisión y aprobación de información como: precio de los productos y balances financieros.
- Establecer estrategias, planes y políticas de la empresa.
- Determinar qué productos o servicios ofrecer y recibir, como comercializarlos entres los clientes.
- Las demás funciones que conste en el estatuto.

Departamento de contabilidad

En este departamento ejecuta un conjunto de labores que están encaminas al trabajo administrativo que se realiza en la empresa y se encuentra dirigida por la Ing. Jenny Alarcón, la misma que realiza lo siguiente:

- Llevar las cuentas de la organización, a más de comunicar al gerente sobre cualquier novedad que encuentre en los balances correspondientes.
- Realizar los asientos contables diarios.
- Elaborar los balances financieros de cada periodo.
- Elaborar declaraciones del SRI.
- Elaboración de impuestos.

Auxiliar contable

- Procesar roles de pago.
- Elaborar fichas individuales de empleados.
- Realizar los comprobantes de pago.
- Panillas de aporte al I. E. S. S.
- Memos al personal.

Facturación

- Facturar a los distribuidores la venta diaria.
- Recibir el dinero de las ventas cada día por la tarde.
- Cuadrar la venta diaria mediante un detalle del sistema ORION y el dinero recogido.
- Enviar el dinero al banco.
- Cobro de créditos.
- Ingreso de comprobantes de retención.
- Realizar informe de créditos para la Gerencia General.

Departamento de producción

Este departamento constituye el soporte y la base de la actividad económica de la fábrica pues está dedicada a la procesamiento del agua mineral con gas y sin gas que a

su vez son ofertados al mercado, bajo el control de calidad de cada uno de los productos que se elaboran día a día.

En esta sección se encuentra a cargo del Ing. Nelson Salguero Hinojosa quien tiene como funciones las siguientes:

- Supervisar que se lleve a cabo adecuadamente el procesamiento de los productos.
- Verificar que se utilice los insumos necesarios para el proceso de un producto de calidad.
- Observar que cada uno de los empleados ingrese a la planta correctamente uniformado.
- Cuidar la caja de herramientas de trabajo procurando su correcto uso y aplicación.
- Impedir el uso de herramienta y equipos de la empresa para fines de tipo personal o ajeno a la empresa.

Departamento de control

En esta sección se encuentra a cargo de la Dra. Lola Sánchez quien tiene como funciones las siguientes:

- Organizar y mantener actualizados los expedientes del personal que labora en la institución.
- Atender las solicitudes de información del personal.
- Emitir el reporte estadístico trimestral, de los permisos otorgados a cada una de las personas que laboran en la entidad.
- Presentar informes de las actividades ejecutadas por cada uno de los empleados y trabajadores de la institución.

- Informar a las distintas instancias de la empresa, los resultados derivados de la aplicación de las normas y reglamentos vigentes, en el área respectiva.
- Representar en eventos y actividades socio culturales.

Bodega

Esta área se encuentra a cargo de tres personas del Sr. Fernando Toapanta, Juan Carlos Castellano, Moisés Remache que realizan las siguientes funciones:

- Control de ingreso de la materia prima.
- Control de egreso de la materia prima.
- Control de inventarios de productos terminados y en proceso.

Departamento de ventas

Esta área se encuentra a cargo del Ing. Roberto Acosta, Ing. Mesías Salguero que realizan las siguientes funciones:

- Búsqueda de nuevos mercados.
- Elaboración y envío de disponibilidad a clientes.
- Manejo de información de clientes.
- Elaboración de información de ventas.
- Planificación de las ventas.
- Asignación de vendedores a los territorios.
- Determinación del tamaño del equipo de ventas.
- Organización de una ruta de ventas.
- Especificación de los objetivos de ventas.

Tabla 2.2 “Niveles Jerárquicos de la Empresa Fuentes San Felipe S. A.”

Niveles	Cargos	No. Personas	Genero	
			Masculino	Femenino
Alto	Gerente General	1	1	
Medio	Asistente de Gerencia	1		1
	Contador	1		1
	Auxiliar Contable	1		1
	Facturación	1		1
	Ventas	7	7	
	Ayudante de Ventas	3	3	
	Bodegueros	3	3	
	Choferes	3	3	
	Mensajero	1	1	
Operativo	J. Producción	1	1	
	Ayudantes de Producción	14	14	
	J. Control	1	1	1
	Mecánico	1	1	
	Limpieza	1		
TOTAL TRABAJADORES		40	35	5

Fuente: Empresa Fuentes San Felipe S. A.

Realizado por: La autora.

2.1.6.2. Línea de productos

Los productos que ofrece la empresa San Felipe S.A. al mercado son agua mineral con gas y agua sin gas, las mismas que se describen a continuación sus respectivas presentaciones:

Beneficios

El 70% del cuerpo humano es agua, por lo tanto es uno de los elementos naturales más importantes para la salud del ser humano. Es el medio ideal para el transporte de sustancias, por ello es indispensable en los procesos de digestión, absorción, distribución de nutriente, transporte y desecho de elementos tóxicos.

El consumo adecuado de éste líquido contribuye a mantener la belleza de la piel, el cabello y las uñas. Una persona que consume dos litros de agua diarios tiene una piel perfectamente hidratada, la misma que luce brillante y lozana, ya que se da una regeneración celular por medio de un soporte suficiente de minerales, nutrimentos y por su puesto de oxígeno.

El principal beneficio del agua es que hidrata y contribuye a un correcto funcionamiento del organismo, además funciona como depurador, pues al beber agua, esta arrastra todas las impurezas para que se eliminen del organismo. El agua ayuda a la digestión y a la absorción de nutrientes de las comidas.

Agua con gas

- Lavarse la cara con agua mineral San Felipe, mantiene su piel sana y lozana.
- Para desinfectar, cauterizar y cicatrizar heridas, vierta agua mineral San Felipe, directo desde la botella sobre la herida.
- Para fijar el maquillaje durante todo el día. Ponga el agua mineral San Felipe en un frasco con atomizador, y rocíe su rostro, luego de maquillarse.
- El agua mineral San Felipe estimula la secreción de los jugos gástricos, facilitando la digestión.
- El agua mineral San Felipe no contiene calorías, por lo tanto es recomendable en una dieta rigurosa.
- El consumo de agua mineral ayuda a fortalecer huesos y dientes.

Agua sin gas

Alimentación

- Para lavar verduras y frutas y garantizar así higiene y salud de su familia.
- Para hacer jugos de frutas al instante.

Salud

- Si el clima está frío o templado, beba mínimo 8 vasos de agua San Felipe al día, si hace calor debe tomar al menos 3 litros de agua diarios. Pues esto le ayuda a mantenerse saludable e hidratado y con un buen funcionamiento de su aparato digestivo. Consumir agua reduce el riesgo de cáncer de colon en un 45%.
- Para bajar de peso tomar un vaso de agua San Felipe media hora antes de comer, calma la ansiedad y comerá menos. Si a media noche tiene hambre, un vaso de agua San Felipe calma el hambre en un 100% de los casos.

Salud para los niños

- Las madres lactantes deben tomar al menos un vaso de agua San Felipe luego de cada comida del bebé, a parte de los 8 vasos que cualquier persona debe tomar diariamente, pues de esta manera se mantendrá hidratada.
- Si su bebé toma leche de fórmula, utilice el agua del botellón San Felipe para preparar el biberón.
- Utilice el agua del botellón San Felipe para lavar los juguetes, biberones y vajilla que utiliza el bebé.
- Después de los seis años de edad los niños pueden ingerir agua para calmar la sed, por eso es recomendable utilizar el agua del botellón San Felipe.
- Cuando los niños estén enfermos deben consumir cantidades mayores de agua.

Tabla 2.3 “Productos de la Empresa Fuentes San Felipe S. A.”

PRODUCTO	PRESENTACIÓN		DATOS QUE CONTIENE LA ETIQUETA
Agua mineral con gas (vidrio)	300 ml	Botella de vidrio	 <p>ELABORADO POR FUENTES SAN FELIPE S.A.</p> <p>LATACUNGA – ECUADOR</p> <p>Consumir preferentemente antes de la fecha indicada en el envase</p> <p>NTE INEN 2178</p> <p>REG: SAN: 004641INHQN0402</p> <p>MANTENER A TEMPERATURA AMBIENTE Y PROTEGER DE LOS RAYOS SOLARES</p> <p>INDUSTRIA ECUATORIANA</p> <p>F. ELAB:</p> <p>F. VENC:</p> <p>LOTE: VER EN LA TAPA</p> <p>P. V. P.:</p>
	700 ml	Botella de vidrio	
	1000 ml	Botella de vidrio	
Agua mineral con gas (pet)	500 ml	Botella plástica	
	1500 ml	Botella plástica	
	2000 ml	Botella plástica	
	3000 ml	Botella plástica	
Agua mineral sin gas (pet)	500 ml	Botella plástica	
	5000 ml	Botella plástica	
Botellón	20 litros	Botella plástica	

Fuente: Fuente San Felipe S. A.

Elaborado por: La autora.

2.1.6.3. Proveedores de Fuentes San Felipe S. A.

Los proveedores son de vital importancia para la empresa Fuentes San Felipe S. A., ya que, por medio de ellos se obtienen los implementos y equipos necesarios para el procesamiento del agua mineral. Las compras se realizan mediante pedidos por teléfono o directamente con los distribuidores; y el pago se lo realiza de contado o a crédito de acuerdo al tiempo establecido entre la empresa y el proveedor.

Tabla 2.4 “Proveedores Empresa Fuentes San Felipe S. A.”

PROVEEDORES	
Envase Pet	EMPLACPLAS S.A.
Gas Carbonó	A.G.A
Químicos	BRENTAG
Termo encogido	PLÁSTICOS MUÑOS
Tapa Plástica	LATIEMBASES
Tapa Botellón	DIVISIÓN PLÁSTICA
Tapa Botellón	PLASTIFAM
Lubricantes	CONAUTO
Fajillas	FLIXOFAMA
Botellón de Propileno	TECNOPLAST
Materiales de Seguridad	ATISSI
Vehículos	TEOJAMA COMERCIAL
Repuestos	MAQUINARIA ENRÍQUEZ

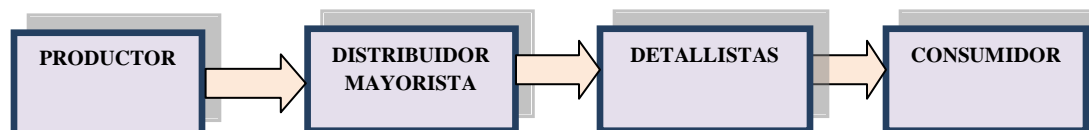
Fuente: Fuente San Felipe S. A.

Elaborado por: La autora.

2.2. CADENA DE DISTRIBUCIÓN

La empresa dispone de una amplia y eficiente red de distribución, la misma que se ha convertido en una fortaleza dentro del mercado. A través de estos sistemas de distribución alcanza a todos los sectores de la provincia de Cotopaxi; así como también en el sector norte y sur de la ciudad de Quito; además cuenta con la distribución en la ciudad de Ambato. La cadena que utiliza Fuentes San Felipe S.A. se indaga en el siguiente gráfico:

Gráfico 2.2 “Cadena de Distribución de la Empresa Fuentes San Felipe S.A.”



Fuente: Observación directa.

Realizado por: La autora.

2.3. CONSUMIDORES

La empresa Fuentes San Felipe S.A. ha diversificado su portafolio para atender las necesidades de sus consumidores y llegar a los hogares ecuatorianos con una amplia variedad de productos garantizados y de calidad. Con la finalidad de extender su mercado la empresa ha visto la necesidad de ofertar su producto a las provincias vecinas, estas provincias son: Pichincha y Tungurahua, en las cuales ha habido una acogida ideal, ya que el consumo de nuestro producto ha ido acrecentando cada día más.

En la siguiente tabla se puede apreciar los porcentajes en cuanto a consumo en las provincias de Tungurahua Pichincha y Cotopaxi.

Tabla 2.5 “Consumidores de los Productos de Fuentes San Felipe S.A.”

Provincias	Porcentaje
Tungurahua	20%
Pichincha	30%
Cotopaxi	50%
Total consumo	100%

Fuente: Empresa Fuentes San Felipe S.A.

Realizado por: La autora.

2.4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La empresa Fuentes San Felipe S. A. con el propósito de conseguir información real, realiza una subdivisión del mercado, con la intención de obtener datos reales con los que se puedan tomar decisiones oportunas para la misma. Por lo que se aprovecha mejor sus recursos de mercadotecnia al enfocarlos hacia segmentos potenciales para la institución.

Los esfuerzos de mercadotecnia no se disuelven en segmentos sin aptitud para lograr su propósito, de esta manera, pueden ser mejor empleados en aquellos segmentos que posean un mayor potencial.

Mediante la segmentación del mercado la empresa Fuentes San Felipe S. A., podrá proporcionar a su clientela un mejor servicio, por lo que obtendrá mejores ingresos ya que enfocará sus esfuerzos y recursos a clientes potencialmente eficaces.

Tabla 2.6 “Segmentación del Mercado”

VARIABLE DE SEGMENTACIÓN	DIVISIONES TÍPICAS	POBLACIÓN
GEOGRÁFICA		
REGIÓN	Sierra	
PROVINCIA	Cotopaxi	409205
CANTONES	Latacunga	170489
CONCENTRACIÓN POBLACIONAL	Urbano, Rural	144007
CLIMA	Frío	
DEMOGRÁFICA		
SEXO	Masculino y femenino.	
EDAD	Desde 02 años hasta 65 años.	
CICLO DE VIDA FAMILIAR	Joven, solteros, casado, con hijos, divorciado, viudo.	
CLASE SOCIAL	Alta, Media, Baja.	
PSICOGRÁFICA		
BENEFICIOS	Mejorar la calidad de vida de las familias. Contribuir al ahorro. Incentivar al consumo de los productos locales.	

Fuente: INEC Latacunga
Elaborado por: La autora

La segmentación de variable geográfica está dirigida a la región sierra de la provincia de Cotopaxi, que según datos del Censo de población y vivienda realizado el 28 de noviembre del 2010, ésta provincia cuenta con 409.205 habitantes; el cantón de Latacunga cuenta con un total de 170489; los cuales constituyen la población a ser estudiada en el presente proyecto; adicionalmente, según datos proporcionados por el Instituto Geográfico Militar, este es un sector de clima frío.

La segmentación de variable demográfica estará dirigida al género tanto masculino como femenino de edades comprendidas entre 15 y 65 años; y de cualquier condición social.

Para la presente investigación se tomará como universo de estudio a ejecutivos y obreros de la empresa Fuentes San Felipe S. A.; así como también a la población urbana y rural de la ciudad de Latacunga.

2.5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA A CONSUMIDORES DE AGUA

2.5.1. Objetivos

- Establecer los parámetros específicos para la ejecución del plan de posicionamiento de marca de la empresa Fuentes San Felipe S. A., a través de la identificación de los principales atributos de los productos de la empresa.
- Determinar las estrategias de comunicación y distribución de los productos de la empresa, mediante la obtención de resultados basados en los gustos y preferencias de los habitantes del cantón Latacunga hacia los productos que actualmente se ofertan.

2.5.2. Desarrollo de las encuestas

Pregunta 1. ¿Conoce usted que tomar un litro de agua diario es recomendable para la salud?

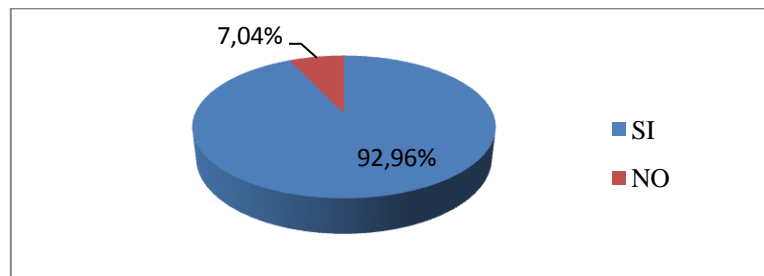
Tabla 2.7 “Tomar un Litro de Agua Diario”

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	370	92.96%
NO	28	7.04%
TOTAL	398	100.00%

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado por: La autora.

Gráfico 2.3 “Tomar un Litro de Agua Diario”



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado por: La autora.

Análisis:

Del análisis realizado el 92.96% de las personas entrevistadas señalan conocer que el tomar agua es recomendable para la salud, mientras que el 7.04% manifiesta no saber la importancia de tomar un litro de agua para una buena salud del ser humano. Por lo tanto se concluye que la mayoría de los individuos muestran conocer sobre la necesidad de consumir un litro de agua diariamente.

Pregunta 2. ¿Qué cantidad de agua consume diariamente?

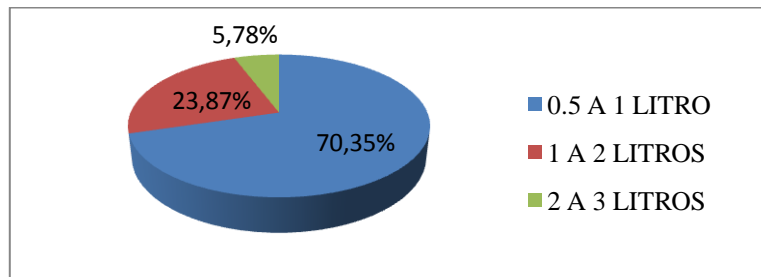
Tabla 2.8 “Cantidad de Agua Consumida Diariamente”

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
0.5 A 1 LITRO	280	70.35%
1 A 2 LITROS	95	23.87%
2 A 3 LITROS	23	5.78%
TOTAL	398	100.00%

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado por: La autora.

Gráfico 2.4 “Cantidad de Agua Consumida Diariamente”



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado por: La autora.

Análisis:

Mediante el análisis realizado de las encuestas efectuadas, se obtiene que el 70.35% manifiesta que consume agua de 0.5 a 1 litro de agua; el 23.87% expresa que consume de 1 a 2 litros de agua diarios, y un 5.78% manifiesta que consume de 2 a 3 litros de agua diariamente. En consecuencia se ha obtenido que la mayoría de la muestra encuestada consume de 0.5 a 1 litro de agua diariamente, la misma que debería ser una fuente segura para el bienestar y salud de las personas.

Pregunta 3. ¿Qué marca de agua prefiere Ud. consumir?

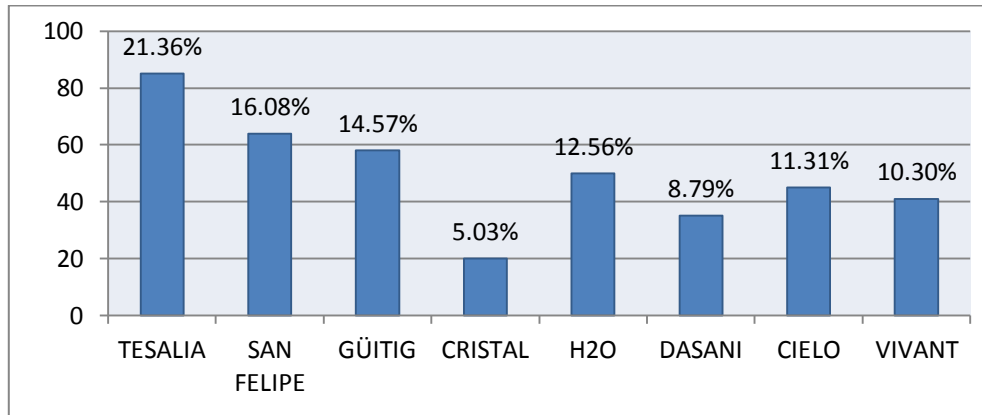
Tabla 2.9 “Marca de Agua Preferida”

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
TESALIA	85	21.36%
SAN FELIPE	64	16.08%
GÜITIG	58	14.57%
CRISTAL	20	5.03%
H2O	50	12.56%
DASANI	35	8.79%
CIELO	45	11.31%
VIVANT	41	10.30%
TOTAL	398	100.00%

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado por: La autora.

Gráfico 2.5 “Marca de Agua Preferida”



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado por: La autora.

Análisis:

El 21.36% de los encuestados señala que prefiere consumir agua Tesalia, el 16.08% se inclina por el agua San Felipe, el 14.57% consume agua Gütig, el 5.03% elige consumir el agua Cristal, un 12.56% toma el agua H2O, el 8.79% prefiere el agua Dasani, el 11.31% por agua Cielo y un 10.30 de los encuestados consumen agua Vivant. Por lo que agua San Felipe se encuentra en segundo lugar de preferencia.

Pregunta 4. ¿Por qué prefiere esa marca?

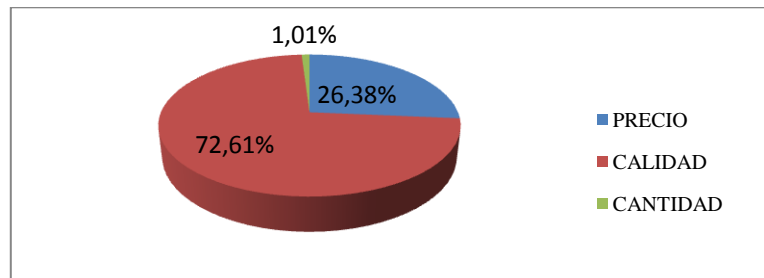
Tabla 2.10 “Preferencia de la Marca”

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
PRECIO	105	26.38%
CALIDAD	289	72.61%
CANTIDAD	4	1.01%
TOTAL	398	100.00%

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado por: La autora.

Gráfico 2.6 “Preferencia de la Marca”



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado por: La autora.

Análisis:

De los datos obtenidos en las encuestas realizadas, para el presente trabajo se ha obtenido los siguientes porcentajes de preferencia: el 26.38% manifiesta que el precio es lo fundamental al momento de comprar el agua, el 72.61% de las personas encuestadas expresa que la calidad del agua prima en el momento de decidir qué marca adquirir, y apenas un 1.01% de los encuestados señala que la cantidad de agua es lo más importante al momento de adquirirla. Esto indica que las personas toman en cuenta la calidad del agua para realizar su compra.

Pregunta 5. ¿Para satisfacer su sed que prefiere adquirir?

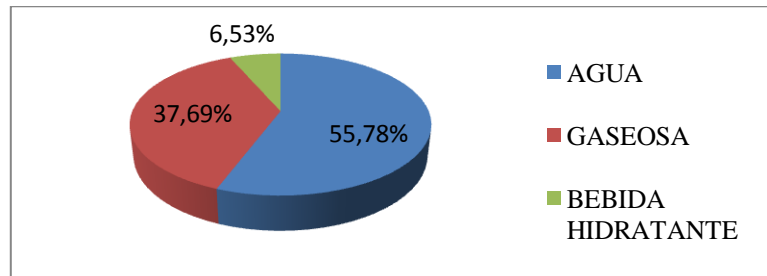
Tabla 2.11 “Satisfacer la Sed”

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
AGUA	222	55.78%
GASEOSA	150	37.69%
BEBIDA HIDRATANTE	26	6.53%
TOTAL	398	100.00%

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado por: La autora.

Gráfico 2.7 “Satisfacer la sed”



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado por: La autora.

Análisis:

Según los informes obtenidos de las encuestas realizadas se analiza que el 55.78% de los encuestados prefieren tomar agua para satisfacer su sed, el 37.69% de las personas encuestadas indica que para calmar su sed adquieren gaseosas, y un 6.53% admiten tomar bebida hidratante para tranquilizar su sed. Se aprecia claramente que las personas prefieren adquirir agua para satisfacer su sed ya que es un producto natural, sin colorantes.

Pregunta 6. ¿Cómo residente de la ciudad de Latacunga usted preferiría adquirir una bebida que representa a su ciudad u otras bebidas que vienen de diferentes lugares?

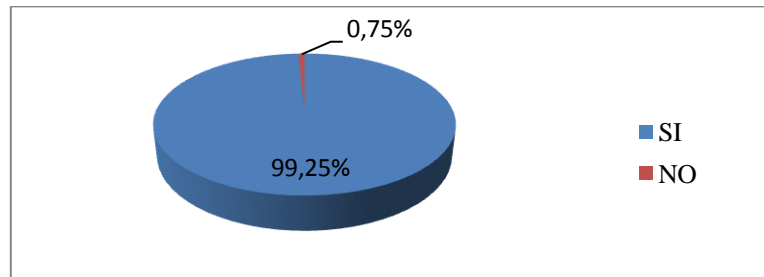
Tabla 2.12 “Adquisición de Bebidas Elaboradas Localmente”

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	395	99.25%
NO	3	0.75%
TOTAL	398	100.00%

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado por: La autora.

Gráfico 2.8 “Adquisición de Bebidas Elaboradas Localmente”



Fuente: Fuente San Felipe S. A.

Elaborado por: La autora.

Análisis:

Del trabajo investigativo realizado se desprende que un 9.25% de las personas encuestadas apoyaría la adquisición de un producto que represente a la ciudad a donde pertenece, en este caso preferiría un producto latacungueño; mientras que el 0.75% de los encuestados apoyan la comercialización de otras bebidas de diferentes lugares del país. De los residentes de la ciudad de Latacunga se aprecia que hay un apoyo incondicional para que las empresas locales surjan y por ende surja la ciudad y provincia.

Pregunta 7. ¿Conoce Ud. los productos que ofrece la empresa Fuentes San Felipe S. A.?

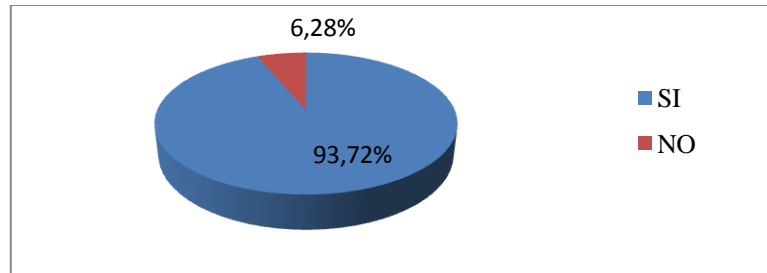
Tabla 2.13 “Productos de la Empresa Fuentes San Felipe S. A.”

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	373	93.72%
NO	25	6.28%
TOTAL	398	100.00%

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado por: La autora.

Gráfico 2.9 “Productos de la Empresa Fuentes San Felipe S. A.”



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado por: La autora.

Análisis:

Según datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores de la ciudad de Latacunga, el 93.72% conoce los productos y servicios que ofrece la empresa Fuentes San Felipe y apenas un 6.28% desconoce de la existencia de la empresa y sus productos que oferta. La mayoría de los ciudadanos conocen los productos de la empresa, pero hay que poner énfasis en dar a conocer sus productos a aquellas personas que lo desconocen.

Pregunta 8. ¿De la siguiente lista qué productos prefiere consumir en su dieta diaria?

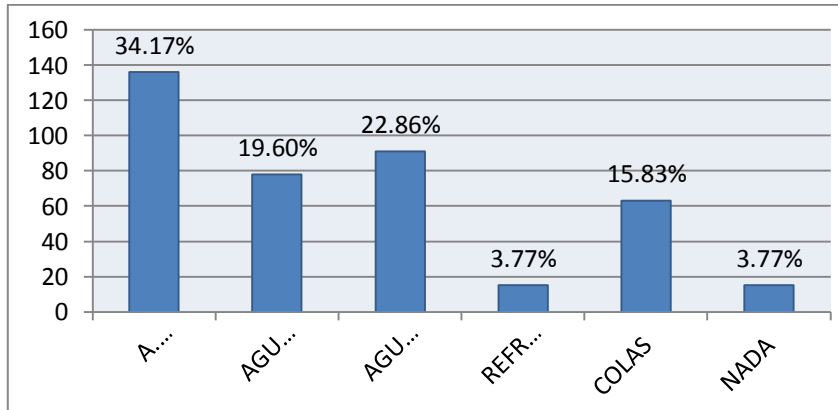
Tabla 2.14 “Productos que prefiere consumir”

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
AGUA BOTELLÓN	136	34.17%
AGUA C/G	78	19.60%
AGUA S/G	91	22.86%
REFRESCOS	15	3.77%
COLAS	63	15.83%
NADA	15	3.77%
TOTAL	398	100.00%

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado por: La autora.

Gráfico 2.10 “Productos que prefiere consumir”



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado por: La autora.

Análisis:

Según datos obtenidos en las encuestas ejecutadas el 34.17% adquiere el agua de botellón para su consumo, el 19.60% obtiene agua con gas, el 22.86% consume agua sin gas, el 3.77% toma refrescos, el 15.83% compra colas para su consumo y el 3.77% no consume ningún producto de la empresa Fuentes San Felipe. Las personas prefieren agua para su dieta diaria, en las diferentes presentaciones que se pone a disposición de la colectividad.

Pregunta 9. ¿Ud. cree que la marca San Felipe es conocida en la ciudad de Latacunga?

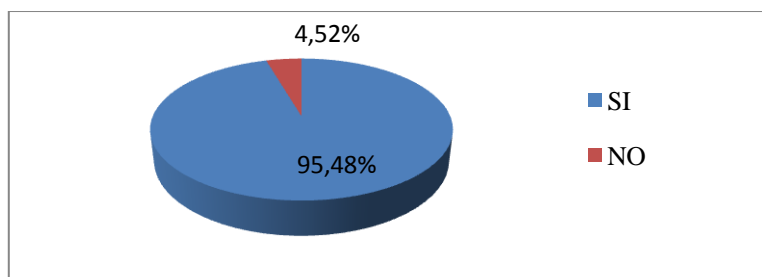
Tabla 2.15 “La Marca San Felipe es Conocida en Latacunga”

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	380	95.48%
NO	18	4.52%
TOTAL	398	100.00%

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado por: La autora.

Gráfico 2.11 “La Marca San Felipe es Conocida en Latacunga”



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado por: La autora.

Análisis:

Según la investigación realizada el 95.48% de las personas encuestadas expresa que la marca San Felipe si es reconocida en la ciudad de Latacunga; por sus diferentes productos que se encuentran en el mercado; mientras que el 4.52% de los encuestados señala que la marca San Felipe no es conocida en la ciudad. La mayoría de los ciudadanos conoce la marca San Felipe y los productos existentes en el mercado, en cuanto a la parte de la población que desconoce de su existencia, se deberá realizar publicidad para alcanzar un desarrollo eficiente de la marca.

Pregunta 10. ¿Qué sugeriría para que la empresa Fuentes San Felipe sea conocida de mejor manera en el mercado?

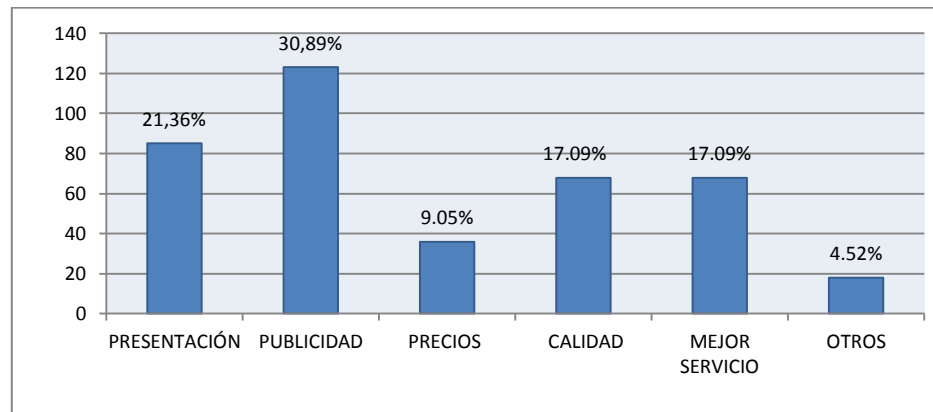
Tabla 2.16 “Mejorar Posicionamiento en el Mercado”

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	FRECUENCIA
PRESENTACIÓN	85	21.36%
PUBLICIDAD	123	30.89%
PRECIOS	36	9.05%
CALIDAD	68	17.09%
MEJOR SERVICIO	68	17.09%
OTROS	18	4.52%
TOTAL	398	100.00%

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado por: La autora.

Gráfico 2.12 “Mejorar Posicionamiento en el Mercado”



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado por: La autora.

Análisis:

Para que la marca San Felipe sea reconocida de mejor manera el 21.36% recomienda que se debería aumentar y mejorar su presentación, el 30.89% expone que se debería mejorar la publicidad, mientras que el 9.05% pide que mejoren los precios al público, el 17.09% manifiesta que se debería mejorar la calidad, el 17.09% señala que deberían mejorar los servicios que brinda la institución, y el 4.52% expresa que deberían tener en cuenta otros aspectos para que la empresa sea conocida y por ende mejore su actividad.

2.6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

2.6.1. CONCLUSIONES

- Con la ejecución del plan de posicionamiento de marca se pretende buscar el desarrollo institucional, como consecuencia se generará mayores réditos, los cuales aportarán al desarrollo de la provincia y del país en general.

- La poca publicidad y propaganda existente al momento de la empresa Fuentes San Felipe S. A., hace que los consumidores opten por adquirir marcas que si difunden su producto, afectando el desarrollo local y regional de la empresa.

- Los consumidores necesitan de buenos productos y a un coste asequible, que satisfaga en un cien por ciento sus necesidades tanto de calidad del producto, como de precio.

2.6.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda seguir en el orden especificado en el desarrollo del plan de posicionamiento de marca, para que se pueda obtener los resultados esperados y que la empresa surja para el logro de metas trazadas.

- Se recomienda que periódicamente la empresa Fuentes San Felipe S. A., innove sus productos y los de a conocer mediante el plan de posicionamiento de marca, para que el consumidor escoja sus productos y los tenga presentes al momento de realizar sus adquisiciones.

- Se recomienda que la empresa Fuentes San Felipe S. A., mantenga su calidad y precio en el producto, para que atraiga a un mayor número de consumidores, los mismos que quedarán satisfechos con el mismo.