

## **CAPÍTULO IV**

A continuación se presenta el plan de comercial del proyecto planteado en este estudio. Luego de los resultados obtenidos en la investigación de mercado, de realizar el análisis de situación externo, y definir las estrategias de desarrollo del negocio, corresponde ahora analizar el plan de mercado que permita posicionar al producto de software de gestión de procesos de comercio exterior. Se enunciará una mezcla efectiva de las variables mercado (marketing mix), que garantice el éxito del proyecto.

### **4.1 Plan de marketing de servicios**

Considerando la estrategia genérica de liderazgo precio-costo analizada en el capítulo 2, y teniendo como meta específica al porcentaje desatendido del mercado (40%), se presenta a continuación la estrategia a seguir para poder comercializar y ubicar la marca del producto en este segmento.

Tendrá que ser posicionado en el mercado como un producto diferente, que ahorra tiempo y dinero al cliente. La concepción y forma de brindar el servicio de hecho lo diferencia. Adicionalmente se describe otros aspectos relevantes del servicio materia de este proyecto:

- Tecnología: herramientas de desarrollo e implementación de última generación.
- Personal especializado: el recurso humano debe ser conocido por su experiencia y conocimiento, capacitado en todos los aspectos concernientes al trabajo desarrollado.

El consumidor deberá encontrar diferencias sustanciales al comparar SIPI con la competencia, tales como:

- Practicidad: sencillo de aprender y usar, y que represente un ahorro en tiempo.
- Disponibilidad: estará en funcionamiento estable 24 horas al día los 7 días de la semana, con información actualizada, de acuerdo a los cambios legales que presente el Registro Oficial de la República del Ecuador.

#### **4.1.1 Producto**

En un principio, el producto de software presentado en este proyecto, tiene como segmento o grupo objetivo de mercado a las empresas medianas-pequeñas de la ciudad de Quito. Es una aplicación informática disponible a través del Internet, que permite gestionar los procesos y calculos legales, que intervienen en la importación de bienes hacia el Ecuador.

##### ***Producto Principal:***

El producto de software de gestión de procesos de Comercio Exterior, tendrá el siguiente nombre y logo identificativo:



##### **“Sistema Integrado de Procesos de Importación (SIPI)”**

El slogan que se utilizará es el siguiente:

**“SIPI, el trámite de importación nunca fue tan fácil...”**

Como introducción a la funcionalidad del sistema, cabe mencionar que el mismo es muy diferente a los actualmente ofertados por la competencia, no solo tecnológicamente hablando, sino también en la forma en la que se presta el servicio. Los programas competidores existentes deben instalarse en los computadores personales de cada uno de los usuarios, dentro de las oficinas de las empresas cliente. SIPI tiene la particularidad de ofrecer el mismo servicio a través del Internet, sin tener la necesidad de instalar el software en los equipos de los usuarios finales, el único requisito es tener un programa navegador de Internet (Internet Explorer, Netscape, etc.) y una conexión a internet, para poder establecer la comunicación con el servidor que alojará la aplicación. Cada usuario de empresa tendrá un identificador de usuario y clave de acceso.

Lo anteriormente expuesto constituye una gran ventaja operativa y de servicio, comparada con la competencia: el programa que hay que actualizar es

solo uno, el que corre en el servidor, y las mejoras y arreglos que se le realicen serán puestas al servicio de los clientes tan pronto como esta salga a producción, sin necesidad de visitar a cada una de las compañías que tienen contratado el servicio.

SIPI consta de los siguientes módulos de gestión:

**Arancel de importaciones del Ecuador:** es la recopilación de más de 60000 partidas arancelarias, sobre las cuales deben clasificarse los bienes o productos que están siendo importados. Cabe mencionar que esta información es de dominio público, y es publicada en el Registro Oficial cada vez que se produce un cambio, sobretodo en cuanto a los porcentajes impuestos a las importaciones se refiere.

**Informaciones Varias:** tales como los bancos autorizados para aprobar importaciones, países de origen, puertos de origen, monedas, regímenes de importación, y otros datos que permiten agilizar el proceso de llenado del DUI (Documento Único de Importación, formulario creado por la CAE<sup>1</sup>).

**Descripciones Arancelarias y Comerciales:** esta información es muy importante al momento de imprimir los documentos que deben ser presentados en el banco, para su respectiva autorización, pues de ello depende la calificación de si ha sido bien o mal clasificado un bien o producto.

**Impresión de Formularios:** El formulario mostrado en el anexo I, es llenado con la información ingresada en el software, produciendo un ahorro efectivo de tiempo, al no tenerlo que hacer en una máquina de escribir.

**Cálculos automáticos:** SIPI es capaz de realizar los cálculos, basado en las fórmulas aplicadas en el proceso de importación, tomando en cuenta para esto los datos ingresados por el usuario final del sistema de software.

**Consulta de Aranceles:** A más de automatizar el proceso de importación, SIPI es también una herramienta de consulta en línea, que permite al

---

<sup>1</sup> CAE: Corporación Aduanera Ecuatoriana

usuario final poder realizar la investigación respectiva, al momento de clasificar una mercadería dentro del Arancel de Importaciones.

**Estadísticas:** SIPI ofrece una serie de reportes e informes, que ayuda a llevar un control de los trámites de importación realizados, como, por ejemplo, el prever situaciones similares de trabajo para ocasiones posteriores, al momento de realizar una importación igual o parecida a una realizada con anterioridad.

Así como se ha descrito las principales características del producto de software , se analizará a continuación el proceso de comercio exterior seguido por la mayor parte de empresas para realizar una importación:

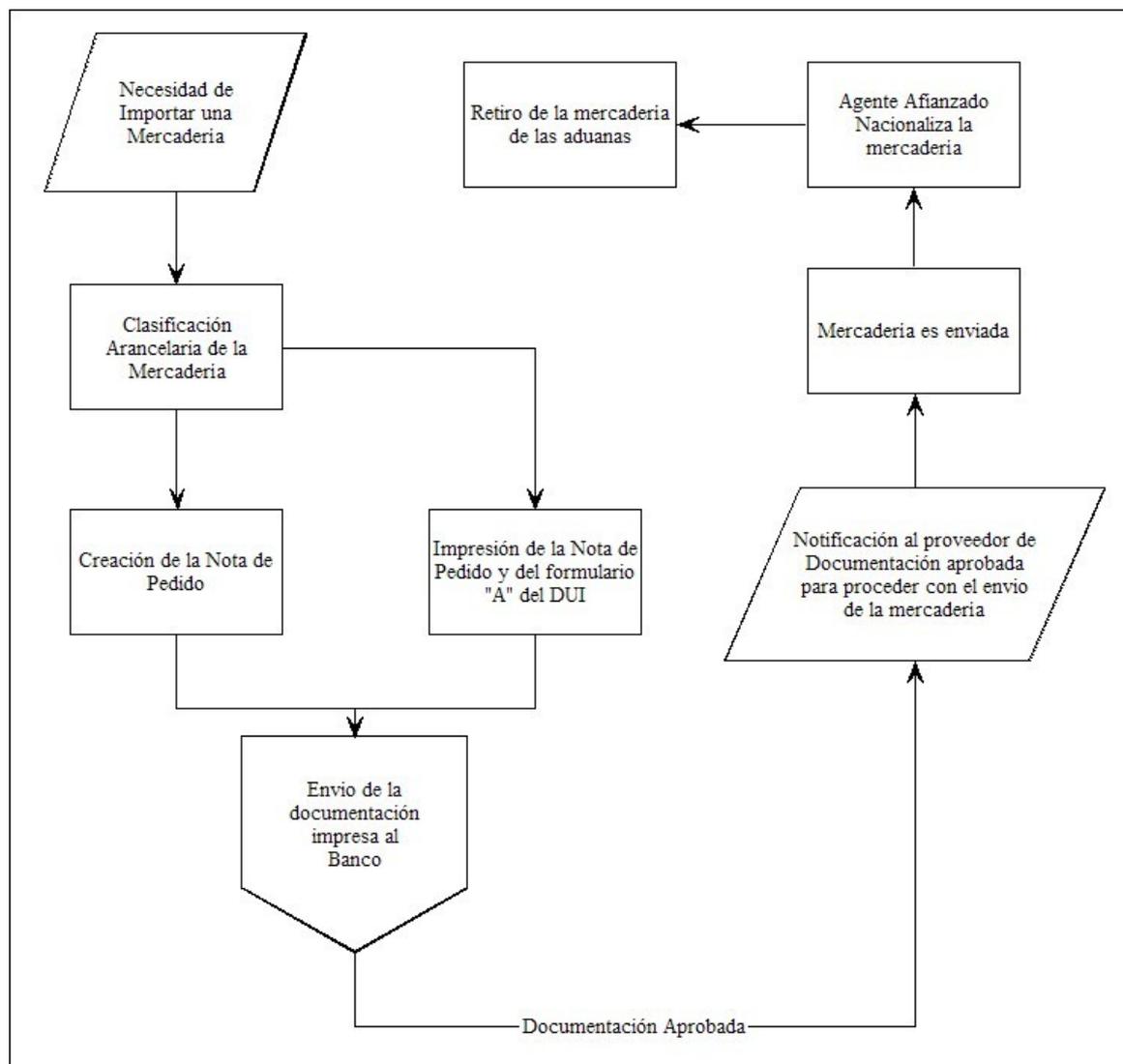


Figura # 10

En el gráfico del flujo del proceso de importación, se puede identificar las partes en las cuales interviene el producto de software, por un lado, como medio de consulta al momento de realizar la clasificación arancelaria, por otro lado, la creación de la nota de pedido y la impresión de la misma, junto con la impresión del formulario “A” del Documento Único de Importación (DUI). Finalmente el agente afianzado de aduanas termina el proceso de importación, una vez que los bienes o productos han llegado a territorio nacional.

**Productos secundarios:**

- Entre los productos secundarios a ser ofertados se tienen:
- Guías de usuario y manuales de funcionamiento.
- Programas de capacitación recurrentes para cliente.
- Asesoría en línea para clientes, a través de un centro de llamadas “Call Center”. Adicionalmente se plantea la posibilidad de utilizar programas informáticos de conexión remota para tomar control del computador del cliente, tales como teamviewer, yugma, logme in, entre otros.

**4.1.2 Precio:**

El precio establecido para el nuevo producto de software se presenta en la tabla No. 10, basado en el análisis financiero presentado en el capítulo 6:

Producto o Servicio	Valor Anual en Dólares
Inscripción Inicial	300 USD
Renovación de contrato	150 USD

**Tabla No. 10**

El precio presentado en la tabla No. 10 es el que se va a mantener a lo largo de los 2 primeros años de operación (2010 y 2011), con el cual se pretende captar un importante porcentaje del mercado existente.

Como se puede ver, el precio ofertado es bastante atractivo para los

clientes, pues está por debajo de la competencia. El precio es mucho más razonable y puede ser considerado dentro de los presupuestos anuales de las compañías desatendidas del mercado, las cuales, como ya se mencionó, es el principal objetivo de la empresa.

El valor o cuota inicial de 300 dólares corresponde a un número indefinido de licencias de uso, es decir que pueden ser habilitadas “n” cuentas de usuario para trabajar en “n” computadoras diferentes, y tiene un costo de mantenimiento anual, a partir del segundo año de contrato, de 150 dólares por las mismas “n” licencias.

Adicionalmente se propone la opción de pago por uso, de tal forma que los clientes solo pagan por los trámites registrados en un mes de trabajo, SIPI cobrará por trámite o transacción realizada por el cliente de acuerdo a la siguiente tabla:

# de trámites completados mensualmente	Valor Anual en Dólares
hasta 10 trámites	1.5 USD cada uno
Mayor a 10 trámites y menos que 20	1.0 USD cada uno
De 21 trámites en adelante	0.5 USD cada uno

**Tabla No. 11**

Es importante mencionar el impacto en el ahorro que existe con el pago por uso planteado para el proyecto. Esta modalidad de cobro del servicio ofertado es una ventaja competitiva para la cual está preparado el producto de software. Como ejemplo de lo comentado se puede exponer que, si una empresa cliente realiza un promedio de 10 trámites de importación mensuales, a un costo de US\$ 1 de dolar cada trámite, equivale a 10 dólares americanos cada mes, por los 12 meses de contrato que fiján los productos de software de la competencia, se habla de 120 dólares anuales, es decir, menos de la mitad del valor del contrato anual del competidor más próximo.

#### **4.1.3 Comunicación:**

**Publicidad:** Con el propósito de difundir y dar a conocer el producto de

software, se plantea poner en práctica las siguientes acciones:

- Correos electrónicos publicitarios (“mailing”) a una base de datos de potenciales clientes.
- Elaborar información escrita (“flyers”, tripticos, entre otros), con datos y características relevantes del producto de software. Estos se convertirán en una de las herramientas de apoyo de la fuerza de ventas.
- Banners publicitarios en las principales páginas de Internet, que tratan el tema del comercio exterior, como son:
  - Cámara de Comercio de Quito: [www.ccq.org.ec](http://www.ccq.org.ec)
  - Banco Central del Ecuador: [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)
  - Aduana del Ecuador: [www.aduana.gov.ec](http://www.aduana.gov.ec)
  - INEC: [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)

***Promoción:*** Como paso inicial de lanzamiento, enfocado a cumplir con los objetivos trimestrales planteados, se ve la necesidad de hacer un prelanzamiento con las más importantes empresas clientes (más o menos un 20% del mercado objetivo). En este lanzamiento se pondrá a disposición el software de forma gratuita, por el tiempo determinado para pruebas y ajustes necesarios para el programa desarrollado. Este primer contacto con las empresas objetivo permitirán dar a conocer la marca por primera vez y creará un ambiente más adecuado de trabajo para la fuerza de ventas.

Un segundo lanzamiento, en el que se haga la presentación oficial del software, deberá tener lugar a principios del año 2010. En esta segunda reunión se deberá ya tener listas todas las propuestas económicas para empezar a trabajar con las empresas de manera definitiva, bajo un contrato de servicio.

***Relaciones Públicas:*** se deberá identificar los principales eventos y ferias especializadas, con el fin de ubicar un stand con el producto de software ofertado por la empresa, como por ejemplo:

- Ferias de tecnología.
- Congresos de comercio exterior.

- Eventos editoriales en los que se presenten temas legales y políticos.

**Ventas:** Al momento de comercializar el software se plantea aplicar la estrategia de atención personalizada, en la que la fuerza de ventas deberá visitar cada una de las empresas objetivo y ofrecer el producto, mediante la entrega de un plan de negocio escrito en el cual se especifiquen todas las características importantes del producto.

La fuerza de ventas recibirá un sueldo fijo básico mensual, y adicionalmente obtendrá una comisión adicional por concepto de ventas equivalente al 10%. Para esto se manejarán clientes por cada vendedor, y así poder obtener valores justos por comisión, apuntando siempre a premiar el esfuerzo realizado por cada uno de los empleados.

#### **4.1.4 Personal de contacto:**

Se refiere a todas aquellos actores humanos que intervienen en el proceso de prestación del servicio. Por un lado se tiene a la fuerza de ventas que realiza las actividades de contacto con el cliente directamente y, por otro lado, está todo el personal de oficina o administrativo que interactúa con la fuerza de ventas y con otras personas administrativas. En el caso del centro de llamadas, también interactúa con el cliente para el caso del soporte técnico post-venta.

#### **4.1.5 Proceso de soporte al servicio:**

Son todos los procesos diseñados para cumplir con el objetivo del servicio en todas sus etapas. Se han definido los siguientes:

- Recepción de solicitud de servicio y acceso al Sistema Integrado de Procesos de Importación "SIPI".
- Creación del contrato de prestación de servicio.
- Creación del paquete con los documentos, guías de usuario, y manuales de uso del sistema, así como la emisión de licencia de uso por el tiempo del contrato.
- Capacitación del personal que manejará el sistema en la empresa cliente.
- Creación de accesos al sistema, a través de usuarios y contraseñas.

- Entrega recepción del servicio.
- Soporte y asesoría.

### Diagrama de flujo del proceso:

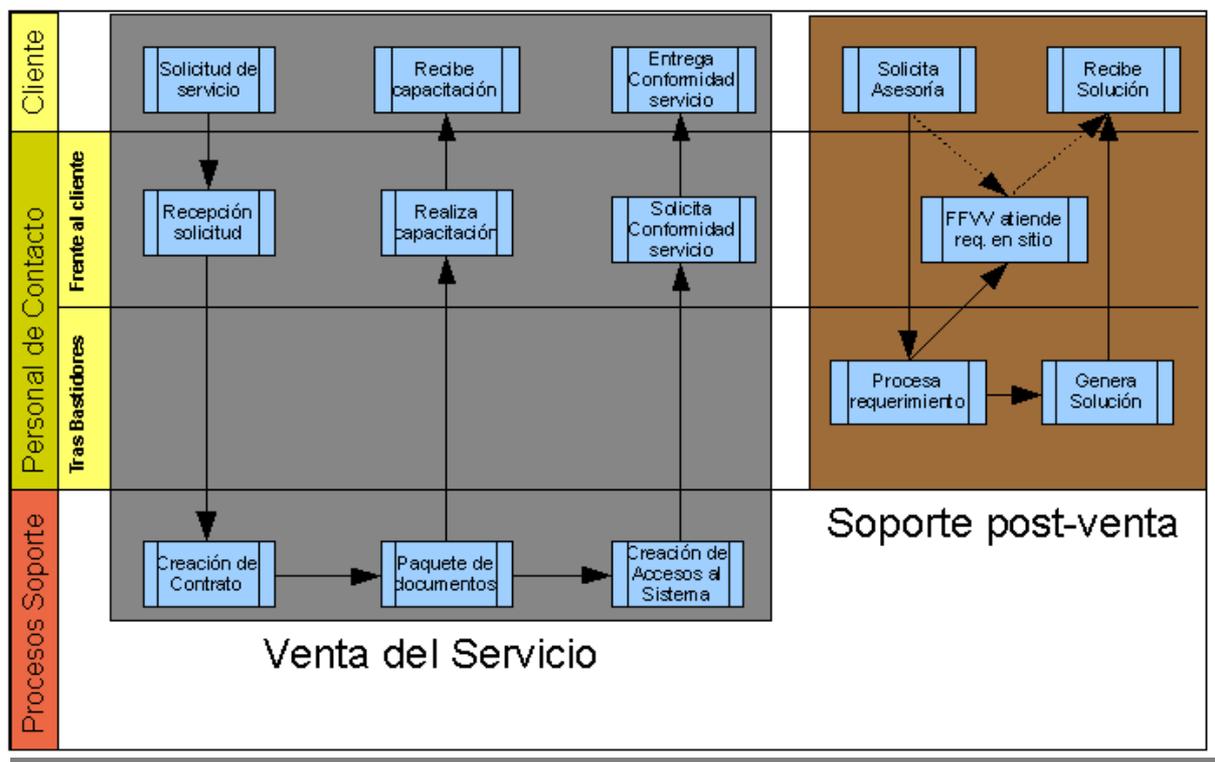


Figura # 11

#### 4.1.6 Evidencia física del servicio:

Como evidencias físicas del servicio se tienen los siguientes elementos:

- Guía de usuario.
- Manuales de usuario.
- Página web sobre la cual funciona el sistema.
- Oficinas de la empresa (descritas en el capítulo 5).
- Personal de servicio al cliente y fuerza de ventas.

#### 4.1.7 Canal de Distribución:

El principal canal de distribución de este servicio, es a través del Internet. Adicionalmente se plantea la posibilidad de impulsar el producto de software a través de terceros involucrados en el proceso de importación, como lo son:

- Camaras de Comercio.
- Banco Central del Ecuador.
- Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE).