

# Universidad Abierta Interamericana



**Facultad de Ciencias Empresariales**

**Sede Regional Rosario**

**Carrera: Lic. En Comercialización**

**Tesina Título:**

**La medición y control de combustible, como ámbito de oportunidades comerciales: Factibilidad de insertar surtidor de control al mercado.**

**Alumno: Bernardo Musso | [Bernardomusso125@hotmail.com](mailto:Bernardomusso125@hotmail.com)**

**Domicilio: Paso 110 - Pergamino**

**Teléfono: 02477-15665132**

**Tutor de contenidos: Lic. Oscar Navos**

**Tutor metodológico: Mg. Lic. Ana María Trottini**

**Noviembre 2013**

## Índice

Página

Agradecimientos.....	4
Introducción.....	6

### **Capítulo I. Conocer la interrelación entre la gestión de combustible, los costos y la producción.**

1.1 control del uso de combustible en el transporte de granos.....	9
1.1 Dimensión del Mercado.....	11
1.2 Almacenamiento del gas-oíl.....	13
1.3 Almacenamiento de gas-oíl en los campos y/o empresas de transporte.....	15
1.4 La inflación desde el 2003 al 2013.....	17
1.5 El aumento generalizados de precios.....	18

### **Capítulo II. Determinar que aceptación tendría este nuevo producto (surtidor) para optimizar el uso del combustible.**

2.1 Investigación de mercado.....	19
2.2 Fases de la investigación de mercado.....	20
2.3 Controladores de consumo /2.4 Producto .....	21
2.5 Características.....	22
2.6 Desarrollo a nivel nacional/ 2.7 Impacto de controladores a nivel mundial.....	23
2.8 Desarrollo del producto/2.9 Comercialización.....	24
2.10 Ciclo de vida del surtidor en el mundo.....	24
2.11 Ciclo de vida del surtidor en Argentina.....	25

**Capítulo III. Investigación y análisis.**

3.1 Diseño de la campaña.....	26
3.2 Investigación cualitativa/ 3.3 Investigación cuantitativa.....	28
3.4 Ficha técnica de la investigación.....	28
3.5 Justificaciones de hipótesis planteada.....	29
3.6 Análisis de campo.....	30

**Conclusiones:**

Conclusiones de encuesta.....	43
Conclusiones generales.....	44

<b><u>Aporte</u></b> .....	45
----------------------------	----

<b><u>Anexo</u></b> Gráficos imágenes y tablas.....	46
---	----

<b><u>Bibliografía</u></b> .....	57
----------------------------------	----

## **Agradecimientos**

No hubiese podido concluir exitosamente esta Tesina sin el apoyo de personas que me acompañaron, asesoraron y/o brindaron información y ayuda cuando la solicité.

Quiero agradecer especialmente a mis padres y hermanos por estar siempre a mi lado, ofreciéndome todos sus recursos, necesarios para poder llevar adelante éste proyecto de tantos años, con sus consejos, exigencias y motivaciones. También incluyo en ellos a mis primas o hermanas postizas con las cuales compartí la mayoría de los años en la ciudad de Rosario, a mi tía por el apoyo incondicional y a mi tío que hoy ya no está entre nosotros pero fue una fuerza especial que me impulsó a cumplir mis objetivos.

Agradecer a la Universidad Abierta Interamericana y por su intermedio a mis compañeros y amigos de clases, que me acompañaron en ésta trayectoria de aprendizaje y conocimientos.

A mis profesores quienes me enseñaron a superarme para llegar a ser un profesional.

Un agradecimiento a mi Director de carrera y tutor de tesis, Lic. Oscar Navos y especialmente a la profesora Ana Maria Trottini, quien fue mi tutora metodológica, que me motivó y siguió mi trabajo día a día.

Y en general dar gracias a todas y cada una de las personas que vivieron conmigo la realización de éste proyecto, no voy a nombrarlos uno por uno, pero tantos ellos como yo sabemos que, desde lo más profundo de mi corazón, les agradezco el haberme brindado el apoyo, afecto y amistad, con quienes hoy comparto mi título de Licenciado en Comercialización.

**Bernardo.**

## **Introducción**

En gran parte de nuestro territorio la principal actividad que se desarrolla es la agricultura, lo cual hace que nos posicionemos como una de las principales potencias a nivel mundial en este rubro. La producción y transporte de granos de los principales cultivos que se desarrollan en nuestro país, implican una alta demanda de energía. El componente fundamental aplicado en el transporte así como también en la maquinaria que impulsa el desarrollo de la agricultura es el gas-oíl.

El control y almacenamiento del gas-oíl va a ser muy importante para optimizar los costos de producción, ya que este representa un 27% de los mismos, según el INTA.<sup>1</sup>

Hoy día las empresas agropecuarias y transportistas efectúan pobres controles de almacenamiento y la administración del combustible es poco eficiente. Esto da lugar a pérdidas monetarias ocasionadas por hurtos y deterioro del material, lo que es motivo de preocupación de los administradores.

El mayor problema que existe en los lugares en que se utiliza el combustible, es que no cuentan con una infraestructura adecuada para llevar un seguimiento contable, hoy día los clientes son más exigentes y optan por que sus costos se reduzcan al máximo.

---

<sup>1</sup> La Opinión Pergamino. Diario, Suplemento Norpampa, Septiembre 2009. Pág. 6.

Existen nuevos productos, programas y sistemas de control que van a dar lugar a que las condiciones actuales del mercado se vayan modificando, para lograr satisfacer cada vez más las necesidades de los usuarios.

Durante nuestra investigación detallaremos el funcionamiento de estos productos, sus respectivos beneficios y su nueva aplicación en el mercado. Determinaremos la factibilidad de insertar en el mercado un nuevo elemento de control aplicado a la optimización en la distribución del combustible. El producto que analizamos es un surtidor de combustible denominado GK-7. Posee una estructura metálica pequeña lo cual nos permite un fácil traslado y simple instalación, siempre manteniendo las normas de seguridad. Incluye un software que permite realizar un seguimiento detallado y constante del insumo con el que el propietario cuenta y del consumo constante de sus usuarios (empleados), ayudando así a evitar fraudes y a controlar el funcionamiento de sus propios recursos.

Nuestra hipótesis consistió en corroborar si la aplicación del control, cuidado y medición de combustibles influye sobre los costos de producción de nuestros usuarios y comprobar si el surtidor puede originar nuevas oportunidades comerciales en el mercado.

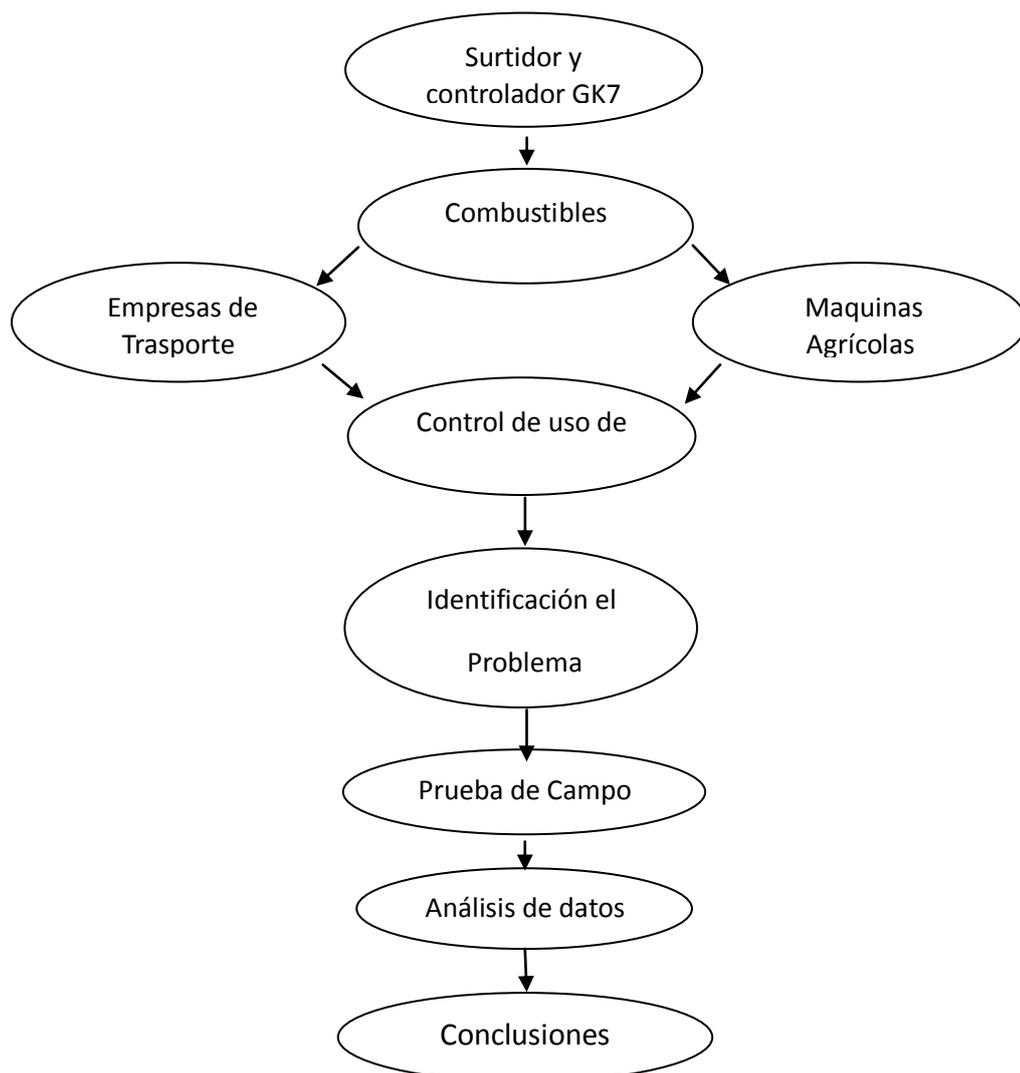
Como objetivo general determinamos la factibilidad de insertar al mercado una herramienta que conduce a optimizar los costos y como consecuencia maximizar el rendimiento.

Nuestros objetivos específicos fueron los de conocer la interrelación entre la gestión de combustible, los costos y la producción; investigar cuáles son las herramientas y métodos que los productores utilizan actualmente para la medición y administración del combustible en sus establecimientos y

determinar qué aceptación tendría este nuevo producto (surtidor) para optimizar el uso del combustible.

El alcance de nuestra investigación se centró en la región Centro de la Provincia de Buenos Aires, sur de Córdoba y Sur de la de Santa Fe. Mediante el método descriptivo y acudiendo a fuentes secundarias y primarias, realizamos un análisis de la situación actual del problema. Luego entrevistamos a productores y transportistas de la zona, en busca de datos específicos. Supervisamos las actividades realizadas por los diferentes actores mediante entrevistas a titulares de las empresas en estudio y a operarios de las mismas.

**Cuadro conceptual:**



## Capítulo I

### Conocer la interrelación entre la gestión de combustible, los costos y la producción

#### Control del uso de combustibles en el transporte de granos:

La Argentina es un país agroexportador, eso significa que el 50% del dinero que ingresa al país en forma de divisas, proviene del sector agroindustrial, y el 70% de esas exportaciones, proviene de la venta de granos y subproductos, correspondiéndole al complejo soja más de la mitad de los mismos.<sup>2</sup> La soja es la oleaginosa más requerida a nivel mundial, EE.UU. , Brasil y luego Argentina son los principales productores, las favorables condiciones agroecológicas sumadas a una adecuada infraestructuras para el almacenaje y transporte son los factores que sitúan a estos países en posición de liderazgo en los mercados mundiales, EE.UU. tiene mayores costos de producción que Argentina y Brasil, sin embargo esta ventaja se origina por los menores costos de transporte interno y comercialización, ya que utiliza el sistema de transporte más económico que es el acuático, a través de barcazas que circulan desde el norte del país hacia el sur, donde se encuentran las zonas portuarias mediante el río Misisipi, mientras que Brasil utiliza como medio de transporte la vía terrestres los camiones que van desde los estados

---

<sup>2</sup> Lavandera, Javier. Integrante del instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Entrevista realizada por el autor en noviembre de 2012.

de Matto Grosso hacia los puertos de Sao Pablo, Porto Alegre, Santa Caterina, entre otros.

Argentina ubica la producción agraria total de esta oleaginosa en el centro y norte del país, Santa Fe, Córdoba, Buenos Aires, Santiago del Estero, Salta, entre otras. Teniendo en cuenta que los puertos principales se sitúan desde la ciudad de San Lorenzo hasta Villa Constitución, en la provincia de Santa Fe, las zonas que más ventajas tienen son las de menores costos de transporte aledañas a los puertos.

El flete de granos es uno de los temas más importantes a la hora de analizar los costos de comercialización ya que Argentina no logra almacenar la totalidad de granos producidos.

El 80% de la producción es transportada mediante camiones, por eso las empresas de transportes cumplen un papel fundamental al final de la temporada de cosechas.

Para los camiones y para las empresas de los mismos el principal insumo es el combustible. Tener el control de un stock, tanto contable como económico, sería un avance muy importante y con alto impacto para el sector en particular y el país en general.

El transporte de camiones es el que más energía emplea sobre kilómetros recorrido. Está constituido por vehículos con chasis y acoplados.

Los camiones graneros están provistos de boquillas laterales que facilitan la descarga; también los camiones tolva poseen un sistema de descarga incorporado.

Según la Secretaría de Transporte y las reglamentaciones vigentes, el máximo de carga permitido es de 45 toneladas. Ningún chasis ni acoplado puede superar las 30 toneladas, independiente del número de ejes, se deberán tener en cuenta la relación peso-potencia.

La recepción de los camiones presenta varias alternativas, una es la descarga normal por paleo y otra por guinches electromecánicos y/o plataformas volcadoras hidráulicas.

### Dimensión del mercado

Como parámetro de esta investigación vamos a tener en cuenta los datos arrojados por los censos agropecuarios desde el año 2002 hasta el último censo realizado en 2009, los próximos resultados son proyectados para la campaña 2012/13.

Según el censo del 2002 el total de superficie sembrada es de 28.561.276 (ha) teniendo en cuenta que los cultivos de soja, maíz, trigo, girasol cubren un 90% de este total, el resto son de cebadas, sorgo y pasturas<sup>3</sup>.

Una investigación realizada por la Ing. Agrónoma Lidia B Donato, basándose en datos del censo 2002<sup>4</sup> y el software Costo Maq<sup>5</sup>, (el cual cuenta con una importante base de datos elaborada con una información de más de 30 años de resultados de ensayos de maquinas agrícolas en bancos estáticos y a campo, en condiciones operativas variadas, lo cual permite obtener resultados más cercanos a la realidad). Arroja datos muy

---

<sup>3</sup> Página Web; [www.indec.com.ar](http://www.indec.com.ar). Capturado en Junio 2012

<sup>4</sup> Página Web; [www.indec.com.ar](http://www.indec.com.ar). Capturado en Junio 2004

<sup>5</sup> Software Costo Maq- Versión 1.0. Instituto de Ingeniería Rural- INTA.

importantes sobre el consumo promedio de consumo de gas-oíl por hectárea.

Según esta investigación para cosecha de soja se utilizan 8,15 litros por hectáreas, para trigo 6,52, maíz 9,78 y girasol 6,11 a esto se le deben agregar los costos de labranzas, implantación y defensa de estos cultivos que un promedio final sería de 17,1 l/ha, 14l/ha, 12,3 l/ha y 13,5, l/ha respectivamente.

Estos consumos se llevan a cabo mediante el sistema de siembra directa, (Es un sistema de conservación donde se deja sobre la superficie del suelo el residuo del cultivo anterior. No se realiza movimiento importante de suelo, excepto el movimiento que efectúan los discos cortadores de los abre surcos de la sembradora al abrir una angosta ranura donde se localizará la semilla.)

Hoy día hasta los datos arrojados por el mismo censo del 2005 son de 28,7 millones de hectáreas, siendo así mayor o igual que la superficie censada en el 2002. Con una totalidad de 15,4 millones de ha de soja, 3,2 millones de ha de maíz; 5,2 millones de ha de trigo; 2,3 millones de ha de girasol; 0,6 millones de ha de sorgo; 0,2 de arroz; 0,3 ha de cebada cervecera; 0,2 de maíz; 1,0 de avena, 0,3 de otros<sup>6</sup>.

Datos arrojados por el INDEC y censos agropecuarios actuales indicaron que la actividad agropecuaria para el 2009 se encontraba en un periodo de crecimiento, por ende se considera que la superficie total trabajada que es de 153,2 millones de hectáreas, sumando así un crecimiento del 87,6% en comparación al censo del 2002.

---

<sup>6</sup> Página Web; [www.indec.com.ar](http://www.indec.com.ar). Capturado en Junio 2012.

Para el periodo 2012/13 se estima que la superficie total sembrada alcanzaría los 30 millones de hectáreas, con un total de 19,7 de soja; 3,6 de trigo; 3,5 de maíz; 2 de girasol y 1,6 de cebada cervecera, dando así una baja importante en el porcentaje implantado de trigo y girasol, produciendo una subida en los porcentajes de hectáreas de la cebada cervecera y principalmente de la soja.

La baja del porcentaje implantado de trigo se da por la falta de precio en el mercado internacional y lo del girasol por los malos rindes obtenidos en las últimas temporadas, el incremento de la siembra de la cebada cervecera se en la región por que las fabricas de cervezas se sitúan en la capital federal y actualmente son tres las que controlan toda la producción<sup>7</sup>.

### Almacenamiento de gas-oíl (motivos de almacenamiento)

La cosecha y transporte de granos es una de las principales actividades que se desarrolla en nuestro país, e implican una alta demanda de combustibles, especialmente de gas-oíl.

Según el INTA el gasto en combustible representa un 27% de los costos de producción, ya sea de implantación o mantención de cultivos.

Las razones por la cual se requiere un almacenamiento del gas-oíl son para evitar sucesivo viajes en búsqueda del bien, afrontar faltas del producto, intransitabilidad de caminos, mucha demanda en épocas de cosechas, la variabilidad de sus precios, el logro de un estricto control sobre consumo, uso y limpieza del combustible empleado.

---

<sup>7</sup> Lavandera, Javier. Integrante del instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Entrevista realizada por el autor en noviembre de 2012.

La Federación Agraria Argentina denunció a mediados del 2009 como estado de “alarmante” la falta de gas-oíl y advirtió la necesidad de una “solución para poder seguir trabajando”.

El gran error que cometen los productores es que por la relación precio/disponibilidad acopian combustibles al finalizar el verano y produciendo dificultades de uso en épocas invernales, porque se generan altos residuos carbonosos al usar las máquinas agrícolas y se dañan los motores de las mismas<sup>8</sup>.

Las instalaciones de combustibles para acopiar gas-oíl deben contar con los siguientes requisitos; Los tanques tienen que ser construidos con polietileno de alta y media densidad, destinado al almacenamiento de gasoil para actividades agropecuarias, las medidas preventivas y su ubicación dependen del entorno circundante y el servicio a prestar, en un marco general de seguridad que minimice y/o evite situaciones críticas que puedan provocar siniestros. Es necesario complementar con medidas preventivas acorde con las características de las instalaciones y el contexto donde se hallen ubicadas, fijando distancias mínimas a mantener con los emplazamientos perimetrales e internos y acorde con ello, la implementación de otras condiciones de seguridad a cumplimentar por las mismas.

Que con el criterio fijado es factible por extensión, la utilización de tanques de polietileno de alta y media densidad para uso exclusivo con gas oíl en establecimientos industriales, en organismos y empresas de transporte y de obras y/o servicios, que por sus características encuadren dentro de los requerimientos que se fijan en la presente resolución.

---

<sup>8</sup> PRODUCCION-ANIMAL. [www.produccion-animal.com.ar](http://www.produccion-animal.com.ar). Empresas Agropecuarias. Junio 2012.

Para esto se debe tenerse en cuenta que el gas oíl sea empleado para el consumo propio, destinado al abastecimiento de la flota propia o al servicio de la misma, implicando la prohibición de extensión del servicio al público en general, debiendo el emplazamiento estar radicado dentro del predio donde se desarrolla la actividad.

Las instalaciones consideradas en la presente norma 655/200 (almacenamiento de gas-oíl), deben estar comprendidas dentro de los alcances de la Resolución de la SECRETARIA DE ENERGIA.

Almacenamiento de gas oíl en los campos y/o  
empresas de transportes.

El almacenamiento de gas-oíl en las empresas o campos agrícolas origina un suficiente stock y una muy buena calidad del bien para desarrollar actividades en forma eficiente. De acuerdo a las distintas dimensiones estructurales o actividades que desarrolla cada institución, se pueden utilizar diferentes tipos de depósitos de combustibles de uso interno. (Siempre y cuando no sean aptos para la comercialización).

Existen los depósitos aéreos, constituidos por tanques metálicos o plásticos montados sobre pilares de material elevados a un metro del nivel del suelo, respetando su inclinación hacia uno de sus extremos donde estará ubicados la boca de descarga, y en otro extremo el lado del drenaje para la limpieza de sus impurezas. Lo recomendado es situar estos tanques bajo un tinglado o a la sombra, donde no esté expuesto a la luz solar para disminuir

el efecto de la alta temperatura y la emanación de gases, también se recomienda pintarlos de color blanco o plateado.

Otra opción de instalaciones son los tanques semienterrados. Se aconseja usarlos en suelos como zonas de toscas o rocosas, zona en la que vuelen muchos sedimentos en el aire, y/o zonas que estén cercanas a napas de aguas. El depósito tiene que ser de material o plásticos, inclinados, donde uno de sus extremos este al aire libre y otro enterrado. La parte expuesta a la superficie tiene que ser pintadas de color blanco o aluminio para que no se produzca el efecto de la alta temperatura. Esto da lugar también a la colocación de un surtidor o bomba de combustible para surtir el fluido.

Otro tipo de instalaciones son las subterráneas, estas mismas son aconsejables hacerlas mediante depósitos de metal o material, generalmente se sitúan dejando un metro de distancia entre el tanque y la superficie. La inclinación del mismo va a ser fundamental para la mantención, limpieza del tanque y drenaje, ya que no se va a hacer frecuentemente. La succión de sedimentos o impurezas se realiza desde la superficie.

Las instalaciones más comunes para pequeños productores o empresas que manejan pequeñas dimensiones de combustible son los tambores, recipientes de 100, 500 y 1000 litros para fácil transporte y movilidad, éstos generalmente se transportan en la parte de atrás de algún vehículo y son de cargas rápidas. Deben mantenerse en forma vertical y no exponerlos al sol para evitar las emanaciones de gases, tienen que llevar una válvula de venteo en la parte superior para la liberación de gases, en estos pequeños depósitos hay que tener máximos recaudos de mantención

ya que se transportan a todos lados y se contamina o ensucia más fácilmente el fluido.

Otra opción similar a la anterior son los carros tanques de campañas que son más común usarlos cuando se encuentran trabajando tractores o maquinas en distintos lotes o terrenos lejanos a la empresa. Antes de usar el combustibles que se trasporta en estos tanques tiene que existir un periodo de reposo del fluido y mantenerlo, en cuanto sea posible, fuera del alcance del sol y sin movimientos innecesarios<sup>9</sup>.

### **La inflación desde 2003 al 2012**

Cada individuo o persona no necesita tener en su poder datos estadísticos o métodos, (INDEC) para darse cuenta que en la última década se ha desatado una hiperinflación, la carne, la leche, la ropa y el precio de los bienes aumentaron en forma constante durante este periodo . Sólo nos basta con observar unas ciertas variables en el tiempo y espacio para percibir que los precios no se mantuvieron estables.

En los libros o manuales de economía, la inflación se define como el aumento generalizado de precios. Sabiendo que cada uno de nosotros debemos tener en cuenta que la inflación es una tasa que nos informa sobre cuál es el porcentaje de crecimiento de un índice de precio, en un periodo de tiempo determinado. Si esta tasa es negativa no quiere decir que los precios disminuyeron en su valor, sí que aumentaron en menor proporción que en periodos de tiempos anteriores, nunca los precios disminuyen, siempre van en constante aumento en un periodo inflacionario.

---

<sup>9</sup> Hilbert, Jorge, Director del instituto de ingeniería rural, INTA Castelar, comentario realizado por el autor en <http://inta.gov.ar/iir>

Tampoco el aumento abrupto de los precios puede considerarse como un periodo inflacionario ya que se puede producir una gran desvalorización del precio del dinero y este no permite captar nuestro poder de compra. (Si todos los precios de los productos aumentan abruptamente y es generalizado, es por una gran desvalorización del dinero, no por una inflación).

#### El aumento generalizado de precios:

Los precios subieron desde el 2001 en adelante pero no todos se modificaron, como por ejemplo la fuerza de trabajo, los precios subieron pero los salarios de las personas no se modificaron al mismo ritmo de la inflación, produciendo así un efecto de retroceso, (los precios suben, los salarios menos), esto da lugar a que los trabajadores sufran una pérdida del poder adquisitivo, afectando así a los de menor ingreso ya que sus ahorros, si los hay, son en pesos y no en activos financieros, propiedades, dólares, oro. Por lo tanto quedan desprotegidos ante una devaluación.

- Las causas de la inflación: Las causas de la inflación provienen de tres dimensiones, una monetaria, otra de mercado y otra productiva. Las primeras son aquellas que están relacionadas con mercados cambiarios y cómo se reacciona frente a desvalorizaciones del precio de la moneda. La segunda, por los excesos de demanda de productos como así también la falta de oferta, se alza los precios por las leyes de oferta y demanda. (A corto plazo), hasta que ingresan al mercado nuevos productos sustitutos o complementarios que hacen que bajen los precios para poder competir. Y la tercera es aquella en

la que los precios están dados debido a la producción, donde el tiempo es la variable fundamental del trabajo.

## Capítulo II

### Determinar que aceptación tendría este nuevo producto

#### (surtidor) para optimizar el uso del combustible

#### Investigación de mercados:

Muchos autores e instituciones escribieron sobre el tema y definieron a la investigación de mercado como:

-“Técnica que trata de la recolección sistemática y objetiva de datos y hechos; del registro y análisis de los problemas relacionados con el marketing de bienes y servicios, desde el productor hasta el consumidor, para la toma de decisiones”<sup>10</sup>.

-“El diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemáticos de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa”<sup>11</sup>.

-“La identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia”<sup>12</sup>.

---

<sup>10</sup> Orosco, Arturo, Investigación de Mercados, Concepto y Práctica, año 1999.

<sup>11</sup> Kotler Philip, Dirección de Marketing Concepto Esenciales, Primera Edición, Prentice Hall, 2002.

<sup>12</sup> Mahotra Noresh, Investigación de Mercado un Enfoque Práctico, Segunda Edición, Prentice Hall, 1997.

- "Una recopilación sistemática, registro, análisis y distribución de datos e información sobre los problemas y oportunidades de mercadotecnia"<sup>13</sup>.

- "Tiene que ver con la recopilación sistemática y objetiva, el análisis y la evaluación de información sobre aspectos específicos de los problemas de mercadotecnia para ayudar a la administración a la hora de tomar decisiones importantes"<sup>14</sup>.

Todas estas definiciones son correctas, por lo tanto no realizaremos una definición específica nosotros, pero sí mencionaremos que la investigación de mercados nace de un problema y se apoya en variables no controlables como: la demanda, la competencia, la tecnología y el cambio en el ambiente social y económico. Estudia casos puntuales y proporciona los medios para conocer el mercado. Una vez toda esta información es obtenida se elabora un "plan de marketing". Todo esto nos va a permitir llegar a un planeamiento estratégico para que cada una de las empresas van a tratar de cumplir sus objetivos a largo plazo.

### **Fases de la investigación de mercado:**

La investigación de mercado consiste en abordar diferentes fases que deben ser consistentes entre sí y responder al método científico utilizado, para que, una vez obtenida la información, esta nos permita resolver los problemas planteados.

#### **Diseño de la investigación:**

→ Identificación del problema.

---

<sup>13</sup> Samdhusen L. Richard, Mercadotecnia, Compañía Editorial Continental, 2002.

<sup>14</sup> Chisnall Peter, La Esencia de la Investigación de Mercado, Página 6, Prentice Hall, 1996.

→Especificación de la hipótesis.

→ Determinación del tipo de diseño.

#### Obtención de la información:

→Selección de las fuentes y técnicas para obtener la información.

→Recolección de datos.

#### Tratamiento, análisis e interpretación de los datos.

Presentación de los resultados. (Figura 3, anexos, Pág. 44).

## **Controladores de consumo**

### **Producto**

Los equipos son apropiados para el suministro, medición y control del gasóleo para los vehículos de una flota. Su estructura esta realizada de acero y acero inoxidable con un tratamiento interior y exterior de cataforesis para protegerlo contra la corrosión. Su terminación posee un acabado en pintura epóxido brillante resistente a la intemperie (tierras, arenillas, luz solar.)

Incluye un contador de líquidos mecánico de aluminio con una precisión de +- 1 % con visor en su frente, Una bomba de combustible de 3500 litros horas, aproximadamente 50 litros por minuto. También posee una manguera de impulsión racorada con un pico de corte automático.

Estos controladores tienen como componente llaves identificadoras de memoria para que a cada uno de los usuarios se le asigne una clave o pin, y

un pedestal de aluminio para la instalación, acorde a todas las normas de seguridad. (Figura 1 anexos, Pág. 43).

## **Características**

### **Controla:**

- Hora y fecha del suministro
- Usuarios designados
- Vehículos
- Litros suministrados por usuario y/o vehículos
- Kilometraje (u hora), consumo
- Stock de litros en el depósito
- La información es almacenada en la memoria del surtidor y se traslada luego a un ordenador.
- Las operaciones de consulta y manejo de datos se realizan mediante un programa de software denominado GK-7, o directamente desde el equipo de suministro mediante la pantalla o visor. Ejemplo: dar de alta y baja usuarios, asignar o cambiar claves, calibrar el surtidor, consultar suministros realizados, consultar y regularizar existencias del depósito, configurar comunicación u otras opciones).
- La información puede ser exportada mediante un kit de comunicación a la Pc, esta información puede ser útil para formar diferentes bases de datos e incorporar información a cualquier programa de estadísticas o seguimientos de datos.

## **Desarrollo a nivel nacional**

La empresa Española Gespasa, ya hace 15 años que trabaja desarrollando productos en Argentina, teniendo como distribuidor oficial y representante en nuestro territorio a Claudio Musso S.A. Una empresa distribuidora e importadora de productos de ferretería Agroindustrial situada en la localidad de Pergamino, en la cual esta empresa ha logrado desarrollar un amplio mercado para las bombas de trasvase de combustibles. Sus principales clientes son ferreterías del sector agrario e industrial, y en este momento con el lanzamiento de estos nuevos productos va a tener que inclinarse hacia otro segmento de clientes en el mercado, (empresas o usuarios). Tiene respaldo y todo el apoyo de la empresa extranjera para desarrollar este nuevo mercado, solo queda invertir e inspeccionar este nuevo segmento a “atacar”.

## **Impacto de controladores a nivel mundial**

Gespasa Fluid Technology, es una empresa que fabrica quipos para el trasvase, filtraje, medición y control de fluidos desde 1974. Los productos Gespasa se encuentran en gran parte del territorio mundial mediante delegaciones propias o bien distribuidores oficiales.

La empresa se especializa en desarrollar equipos para controlar el suministro de carburantes en flotas de vehículos, como así también el control de agua para evitar derroches.

Gespasa dispone de equipos de fabricación propia, como así también de sus respectivas patentes.

Según datos arrojados por el gerente de Gespasa, Albert Pané y el director de marketing, Jordi Bortoló, con el control de agua y los sistemas instalados en las playas del norte de Francia y en las playas de Sitges se logró disminuir un 60% el consumo de agua y se prevé que cuando este

sistema deje de ser gratuito se llegara a reducir el 85% de agua. En referencia con el gas-oíl se instalaron equipos en África, Alemania, Rusia y en otras partes del mundo donde se estima que el promedio de ahorro de combustible es casi de un 40%, logrando así reducir el mal uso de combustible como así también el hurto por parte de los propios usuarios de las empresas<sup>15</sup>

### **Desarrollo del producto**

En este caso el desarrollo del producto no es solo teórico sino que es un producto existente que ya se comercializa en otras partes del mundo. Utilizaremos esta investigación para determinar qué impacto tendrá el mismo al ingresar al mercado en nuestro país. Especialmente en la región norte de la provincia de Buenos Aires, sur de Santa Fe y sur de Córdoba.

Tratamos de captar nuestros potenciales clientes mediante las necesidades insatisfechas; darles a nuestros consumidores la seguridad de que es un producto innovador, tecnológico y de primera calidad y lograr que en la mente de los mismos se capte como un producto sólido y confiable.

### **Comercialización**

A la hora de realizar el lanzamiento del producto primero analizamos si existe un mercado para el mismo, y que competidores se encuentran ya instalados porque el lanzamiento de este producto va a originar gastos de inversión en marketing, publicidad, promociones de ventas y otras actividades, al dar a conocer el producto y sus beneficios.

### **Ciclo de vida del surtidor en el mundo**

El producto mundialmente se encuentra en etapa de crecimiento donde ya satisface al mercado y las ventas del mismo aumentaron rápidamente. Los primeros compradores ya hicieron sus primeras

---

<sup>15</sup> La Vanguardia, España, diario, 14 de abril de 2011.

inversiones notando los beneficios, y nuevos compradores seguirán sus pasos. La empresa es la encargada del planeamiento estratégico a seguir para que se mantenga en crecimiento, los precios se sostienen y pueden llegar a disminuir por campañas de promoción.

### **Ciclo de vida del producto en Argentina**

En Argentina se encuentra en la etapa de introducción en el mercado donde se iniciará el lanzamiento al mercado. Al principio estimamos que las utilidades van a ser bajas o negativas a causa de bajas ventas y elevados gastos de distribución, instalaciones y promociones en busca de nuevos distribuidores. Mediante las promociones se prevé a informar a los consumidores del nuevo producto y convencerlos de que lo prueben para lograr su adopción. (Figura 2 Anexos, Pág. 43).

## **Capítulo III**

### **Investigación, análisis y resultados.**

#### **Diseño de la campaña:**

Una vez realizada la búsqueda de todo el material informativo, pasaremos a la instancia de más importancia en el trabajo que es la de trabajo de campo y de sondeo de clientes potenciales consumidores de nuestro producto.

Como hemos mencionado nuestro producto se encuentra en la etapa de introducción en el mercado Argentino, eso indica que se necesitaremos grandes inversiones para lograr introducirlo, por este motivo se decidió delimitar en un espacio geográfico pequeño del país ( centro de provincia de bs-As, sur de Córdoba y sur de Santa Fe) como para comenzar a insertar este producto, y a medida que los costos sean redituables y que nuestros clientes satisfagan sus necesidades e ir avanzando sobre todo el territorio nacional.

Sabemos que contamos con un producto innovador, de muy buena calidad y tecnología de punta, por eso una vez que nuestros clientes lo conozcan y lo prueben van a adquirirlo. Los mismos no llevan ningún control del bien y eso hay que aprovecharlo, ya que tenemos que tener en cuenta que el costo que el gas oíl ocasiona en la producción y en el proceso de comercialización de otros bienes es muy alto y la pérdida en ganancias es muy elevado.

Como consecuencia de esta investigación, en el año 2013, más precisamente en el mes de marzo, se realizó un sondeo de clientes en la

zona antes mencionada, que manejan un stock considerable de combustibles, la muestra se determinó sobre aquellas personas dueñas de empresas de trasportes o aquellos grandes contratistas de campos que cuentan con una instalación de depósitos en sus respectivos establecimientos.

Se procedió a reunir en la Ciudad de Pergamino más específicamente en el Auditorio del Hotel Terrazas, ubicado en Av. Hipólito Irigoyen y Venezuela, un total de 35 personas, donde el gerente de ventas de la empresa española Gespasa y responsable de ventas de este producto en todo el mundo, Jordi Bortoló brindó una charla informativa sobre forma uso y sus funcionamientos. La cual duró aproximadamente un tiempo total de cuatro horas.

El comienzo de la charla se basó principalmente en resaltar la seriedad con la que la empresa trabaja en todo el mundo y las disposiciones de trabajo que cada distribuidor tiene que tener para representar esta marca en los respectivos países. También recalcó el desarrollo importante que está realizando la empresa encargada de representarlos en este país.

Luego se centro en explicar los distintos tipos de productos y las principales ventajas y las formas de obtención del mejor rendimiento.

A medida que transcurría el evento los clientes se empezaron a familiarizarse con el producto, despertando así una sensación de interés, conmovidos por la situación, se planteó un ping pong de preguntas y respuestas donde cada uno se saco todas las dudas y se llevo una idea clara del mismo.

Pudimos apreciar un alto grado de interés por este público que más adelante analizaremos con datos cualitativos y cuantitativos.

### **Investigación cualitativa**

Como mencionamos con anterioridad, hemos realizado una investigación a través de fuentes primarias, recopilando datos por nuestras propias medidas.

Primero se busco información de “posibles futuros clientes”, donde se los investigó para ver si sus cualidades eran adecuadas para adquirir nuestros productos y se los invitó al evento programado en Pergamino para presentarles el producto y que resuelvan todas sus inquietudes sobre el mismo. (Invitación, ver anexos, Pág. 45).

Luego en el mes de marzo se procedió a realizar el evento con un grupo de 35 personas (panel fijo) y un coordinador especialista en el tema (Jordi Bortoló, gerente de ventas de Gespasa) y siguiendo un cuestionario programado para que nuestros futuros clientes se expresen en el tema logramos cumplir con varios de nuestros objetivos a investigar que ya mencionaremos luego.

### **Investigación cuantitativa**

La investigación cuantitativa comienza cuando la empresa Claudio Musso S.A. decide inclinar su producto hacia un segmento del mercado al cual no está dirigido, comienza pidiendo a sus clientes activos información sobre personas o usuarios que conozcan que tengan un manejo de gas-oíl superior a 10 mil litros mensuales, y a aquellos que no llevan un control contable del mismo. Una vez recibido esa información se paso a una comunicación directa con estos usuarios vía mail o teléfono y luego se los invito a concurrir al evento.

La investigación cuantitativa continua mediante un cuestionario a realizar el día del evento y más adelante analizaremos los datos recabados. (Encuesta personal, ver anexos, Pág. 46).

### FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN.

Universo: Empresas que manejan una cantidad mayor a 10 mil litros mensuales de gas-oíl.

Ámbito: nacional, regional.

Tipo de entrevista: cuestionario personal.

Muestreo: Personas dueñas de empresas de trasportes o contratistas rurales que poseen una flota de vehículos para controlar el consumo de gas-oíl de la misma y realizar un seguimiento de sus empleados.

Trabajo de campo: seminario internacional organizado el 23 de mayo de 2013. (Invitación a seminario ver Anexos).

### **Justificación de las hipótesis planteadas**

Hipótesis 1: “corroborar si la aplicación del control, cuidado y medición de combustibles influye sobre los costos de producción”.

Este enunciado se valida y se corrobora mediante los datos expuestos en el capítulo uno. Organismos nacionales y consultoras privadas arrojan datos útiles para una vez relacionados nuestra conclusión sea que el mercado argentino necesita optimizarse cada vez más para obtener mejores ventajas y ser más competitivo en cada sector.

También afianzamos cada vez más esta hipótesis, una vez realizado el evento programado y corroborando las inquietudes e insatisfacciones que nuestros futuros potenciales clientes tienen.

Hipótesis 2: “investigar cuáles son las herramientas y métodos que las empresas y los productores utilizan actualmente para la medición y administración del combustible en sus establecimientos”.

Durante nuestro trabajo hemos investigado las distintas formas de manejo de combustibles y controles que llevan las empresas y los productores, corroboramos que no es el adecuado y detectamos la oportunidad de insertar nuestro producto en el mercado para satisfacer necesidades de los potenciales clientes.

Hipótesis 3: “comprobar si el surtidor puede originar nuevas oportunidades comerciales en el mercado”.

Del mismo modo que la anterior hipótesis, datos secundarios expuestos en el capítulo uno una vez que lo relacionamos respaldan esta afirmación. Y los resultados cuantitativos de nuestra investigación refuerzan esta idea debido a que no hay conocimiento sobre el nuevo producto a lanzar al mercado y las ventajas del mismo que pueden ser utilizadas para optimizar el trabajo realizado. También el interés de nuestros futuros clientes por obtener más información sobre el producto.

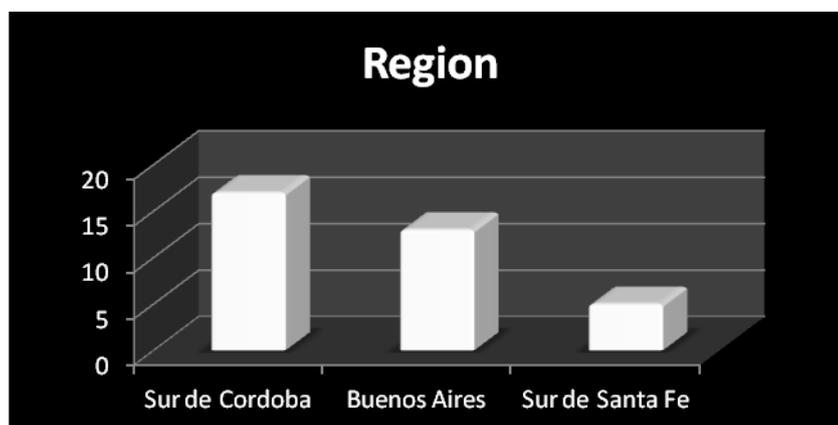
## Análisis de Campo

1. 

<b>Edad promedio</b>	Entre 40 y 50 años
----------------------	--------------------

El promedio de edad es aproximadamente entre personas de 40 y 45 años debido a que nuestro producto va orientado a un público donde los compradores deben ser los dueños de empresas y no gerentes o empleados de las mismas, debido a que ellos no van a querer que los controlen tan detalladamente.

2. Lugar de procedencia de las personas que asistieron al evento.

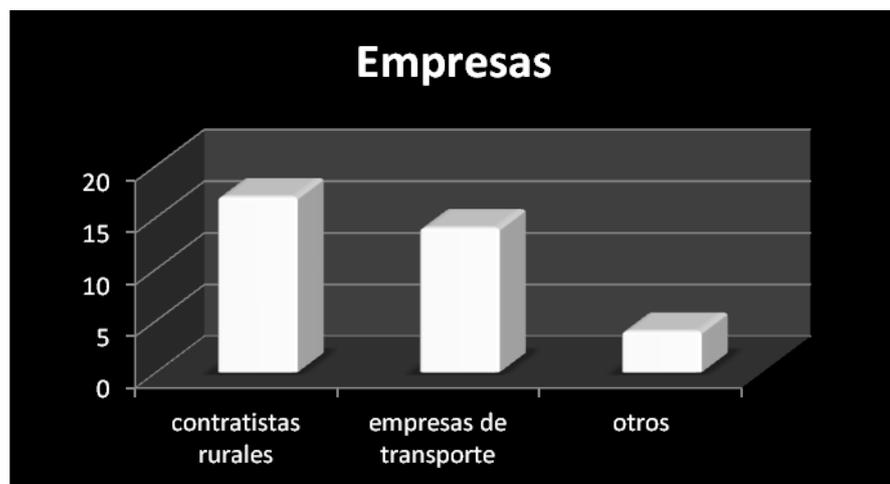


Podemos mencionar diferentes ciudades de procedencia de las personas que asistieron al evento, tales como Venado tuerto, Casilda, Río IV, Conesa, Marco Juárez, Corral de Bustos, Tandil, Villa Mercedes, General Cabrera, entre otros pero en resumen asistieron por región 17 empresas del

Sur de Córdoba, 13 empresas del centro de la provincia de Buenos Aires y 5 empresas del Sur de Santa Fe.

Región	Cantidad
Sur De Córdoba	17
Buenos Aires	13
Sur De Santa Fe	5
<b>Total</b>	<b>31</b>

3. ¿Cantidad de empresas de trasportes y contratistas rurales?

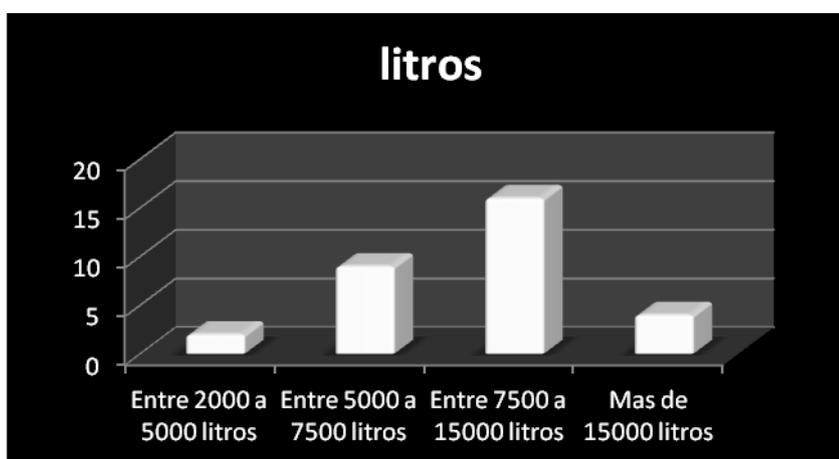


Con un total de 35 personas que asistieron al evento, los resultados fueron que 17 son dueños de empresas rurales, 14 de empresas de trasportes, y 4 acompañantes y o encargados de las respectivas empresas.

<b>Empresas</b>	<b>Cantidad</b>
Contratistas Rurales	17
Empresas de Transporte	14
Otros	4
<b>Total</b>	<b>31</b>

4.

¿Promedio de gas-oíl que usan mensualmente las empresas?



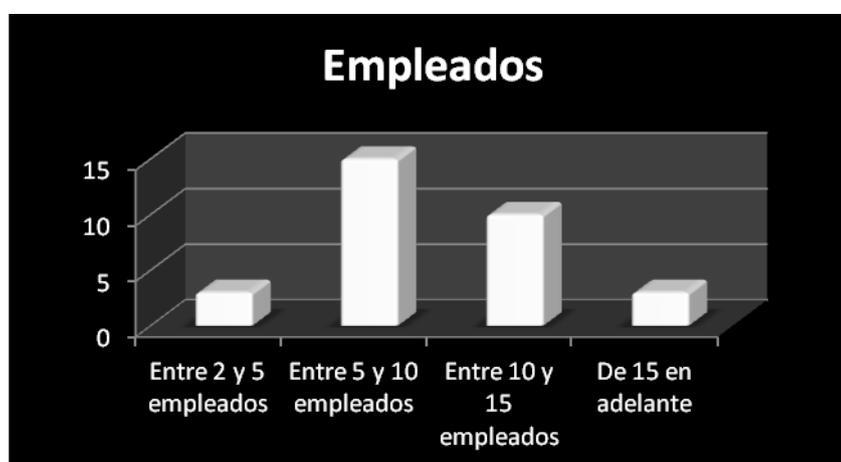
Como resultado de esta pregunta dedujimos que la mayoría de las empresas que asistieron consumen un nivel mayor a 5000 litros mensuales, los cuales representa, que tener una pérdida de este bien significa un costo elevado al final de los resultados. Que posee una cantidad de empleados considerable para controlar, y que mueve una infraestructura de vehículos adecuada para el sistema ofrecido.

También la conclusión que obtuvimos fue que son empresas óptimas para adquirir nuestro producto y con un periodo de tres meses de control y sin perdidas cubren el costo del equipo. Por supuesto que las grandes empresas de transportes que consumen mayor a 15 mil litros mensuales son las que van a recuperar la inversión en un periodo de tiempo más corto.

Cantidad de litros	Empresas
Entre 2000 a 5000 lts	2
Entre 5000 a 7500 lts	9
Entre 7500 a 15000 lts	16
Más de 15000 lts	4
<b>Total</b>	<b>31</b>

5. ¿Cantidad de empleados que posee?

Como resultados obtuvimos:



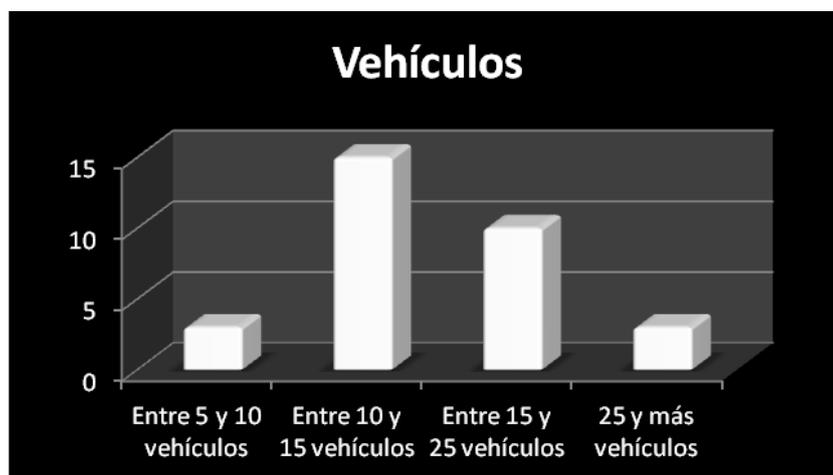
Mediante esta pregunta volvimos a corroborar que la mayoría de las empresas que asistieron fueron contratistas rurales que generalmente tienen una cantidad promedio entre mayoritaria entre 5 a 10 empleados.

Seguidos por empresas de transportes ya sea de cereal, personas, insumos, con un promedio entre 10 a 15 empleados.

Cuatro empresas con un promedio entre 2 y 5 empleados que les sería más fácil llevar un control del insumo y 3 empresas con una cantidad mayor a 15 empleados que sería grandes empresas de transportes.

<b>Empleados</b>	<b>Cantidad</b>
Entre 2 y 5 empleados	3
Entre 5 y 10 empleados	15
Entre 10 y 15 empleados	10
De 15 en adelante	3
<b>Total</b>	<b>31</b>

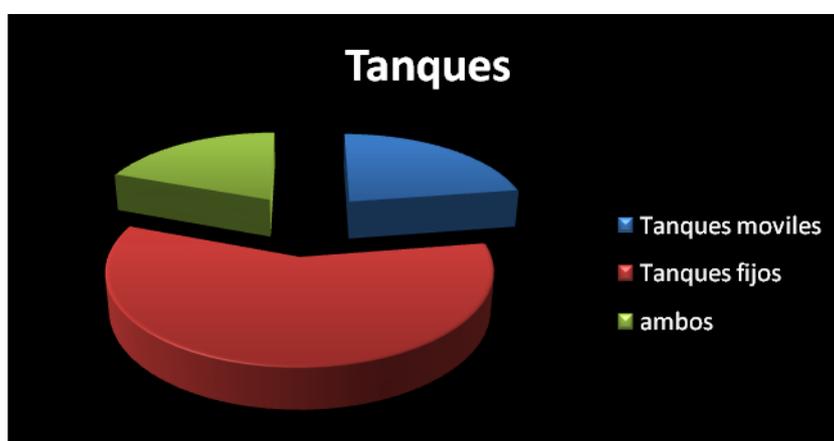
6. ¿Cuántos vehículos posee en la empresa?



Con estos resultados dedujimos que la mayoría de las empresas contratistas rurales van a tener que cargar en el sistema de control un total aproximado de entre 10 a 15 usuarios para habilitar en el sistema a sus empleados. Las empresas de transportes que generalmente poseen mayor cantidad de empleados van a tener que habilitar entre 10 a 25 usuarios y las grandes empresas desde 25 usuarios en adelante.

<b>Vehículos</b>	<b>Cantidad</b>
Entre 5 y 10 vehículos	3
Entre 10 y 15 vehículos	15
Entre 15 y 25 vehículos	10
25 y más vehículos	3
<b>Total</b>	<b>31</b>

7. ¿Cómo almacenan el gas-oíl en los establecimientos?

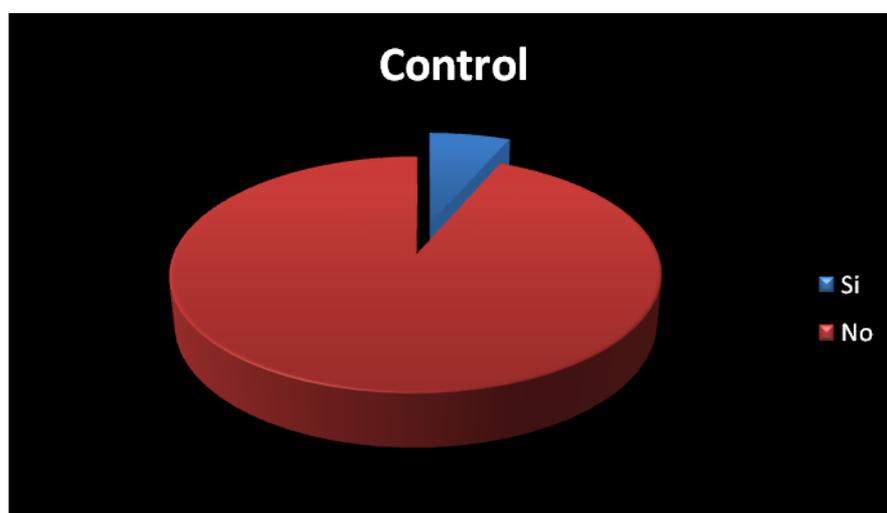


Con esta pregunta sobre los depósitos que posee en sus establecimientos recomendaríamos a aquellas empresas que tienen tanques fijos instalar equipos de suministro de gas-oíl a 220 voltios de corriente, y a las empresas que poseen tanques móviles únicamente proveerles equipos de suministro con conexión a 12 voltios, con las cuales deberían hacerlos funcionar conectándolos a las baterías de los tractores o de las camionetas, dándoles siempre un funcionamiento de energía continua, esto se logra manteniendo el vehículo en marcha.

A aquellas empresas que poseen ambos depósitos, fijos y móviles, proveerles un equipo de 12 voltios para los tanques móviles y un equipo de 220 voltios para los tanques fijos.

Tanques	Cantidad
Tanques móviles	7
Tanques Fijos	18
Ambos	6
<b>Total</b>	<b>31</b>

8. ¿Lleva un control de consumo del gas-oíl mensualmente?

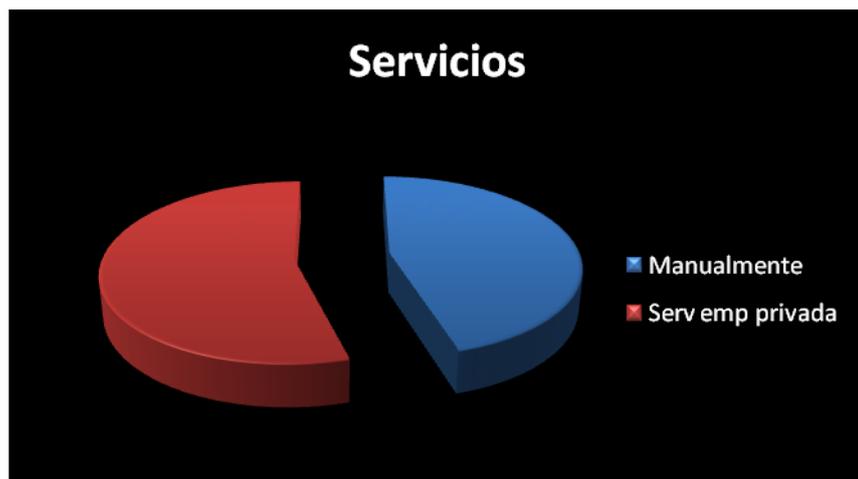


La mayoría de las empresas presentes no llevan con un control de consumo mensual de gas-oíl, esto quiere decir que tienen pérdidas importantísimas en el rendimiento de la actividad que desarrollan, datos e investigaciones realizadas por la empresa Gespasa arrojan que en el país de origen de la empresa, las pérdidas mensuales de combustible ya sea por hurto o por mala utilización del bien, son aproximadamente del 10 %. En Argentina sin un control adecuado el porcentaje instalado debe ser mayor. Las dos empresas que llevan un control del combustible admitieron mediante un ping pong de preguntas y respuestas, que el control que llevan a cabo es

el mínimo y también creer que nuestro sistema ofrecido sería una solución para maximizar rendimientos en la actividad que realizan.

<b>Control</b>	<b>Cantidad</b>
Si	2
No	29
<b>Total</b>	<b>31</b>

9. ¿Qué servicio utilizan para llevar el combustible a sus establecimientos?



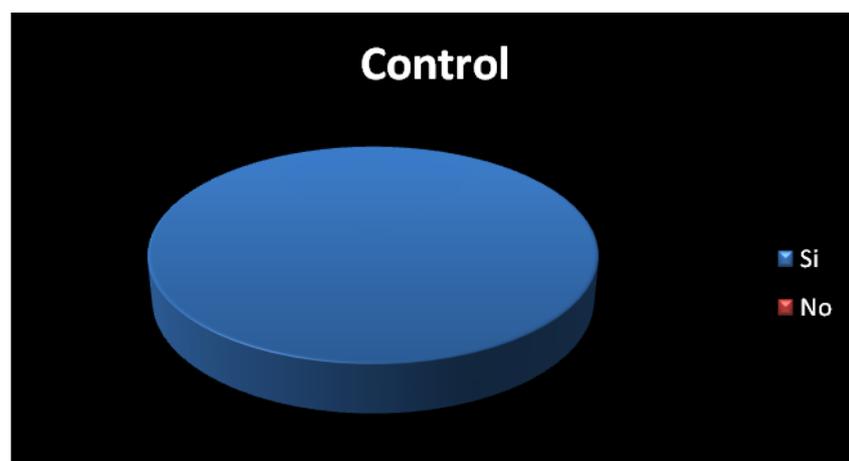
Aquellas empresas que poseen tanques móviles utilizan un servicio manual, ya que es más económico, donde son ellas las responsables de transportar el combustible a sus establecimientos, tienen que tener en cuenta que deben cumplir todas las normas de seguridad adecuadas para circular por las rutas y los habiliten en las estaciones de servicios a cargar gas-oíl. La mayoría de las empresas en este caso son las de tanques fijos en sus establecimientos, van a tener que pagar por un servicio de gas-oíl a una

empresa privada que lo provea y aparte de eso ellas van a ser muy estrictas con las normas de seguridad y ambiente para que los autorice a acceder a este servicio. Cada empresa privada rige de normas distintas de acuerdo a servicio que brinda.

<b>Servicios</b>	<b>Cantidad</b>
Manualmente	14
Servicios Emp. Privada	17
<b>Total</b>	<b>31</b>

10. Una vez escuchado nuestro seminario y las características de nuestro producto....

A) ¿Podría controlar mejor el uso del combustible en su empresa mediante nuestro producto?



La totalidad de las empresa que asistieron se fueron convencidas que con nuestro producto y nuestro servicios brindados llevarían un mayor control del combustible almacenado en sus establecimientos, está en ellos

querer realizar luego la inversión para reducir los costos y aumentar el rendimiento en su producción.

Control	Cantidad
Si	31
No	0
<b>Total</b>	<b>31</b>

B) ¿Visualizando y comprobando la calidad de nuestra marca y producto, cree usted que los mismos le brinden satisfacciones gratas al utilizarlo?



Al igual que la respuesta anterior mediante esta pregunta volvimos a corroborar que el totalidad de las empresas que asistieron quedaron muy conforme con la seriedad con la cual trabaja nuestra empresa y el respaldo

que nos brinda la empresa Gespasa S.A en Argentina, así como también la calidad del producto ofrecido. Nuestro producto cumple las expectativas y las necesidades que poseen estos potenciales clientes.

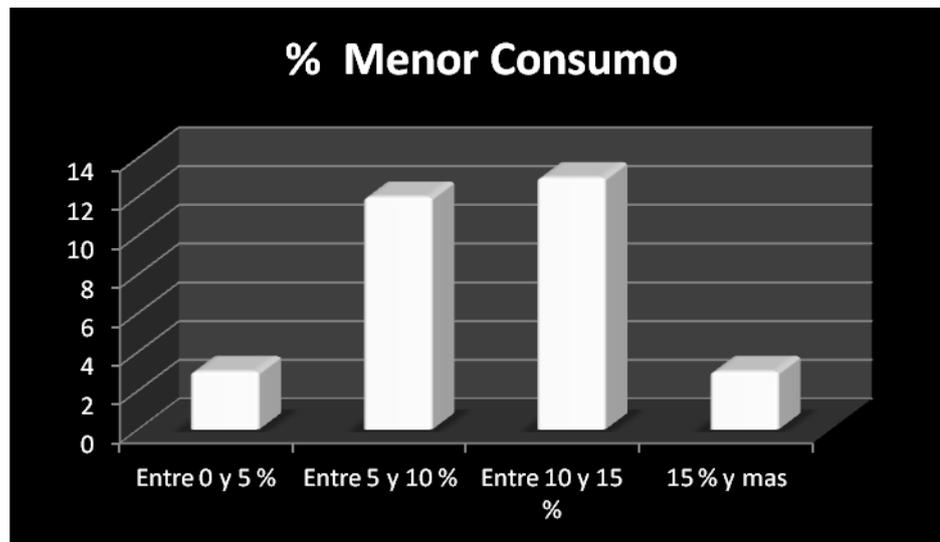
<b>Calidad y producto</b>	<b>Cantidad</b>
Si	31
No	0
<b>Total</b>	<b>31</b>

C) ¿Podría reducir costos en un porcentaje considerable de consumo de Gas-oíl que utiliza actualmente?



La mayoría de las empresas que asistieron en total 29 de 31, afirman que reducirían costos al adquirir estos productos, las dos empresas que obtuvimos respuestas negativas fueron por que poseían empresas muy chicas y necesitaban mucha inversión en infraestructura, la inversión de ellas iba a ser demasiado alta para los costos de producción que tienen.

D) ¿Qué porcentaje cree usted que disminuirá el consumo actual de Gas Oíl?



La mayoría de las empresas una vez escuchado los comentarios y los resultados que tuvo este producto en el resto del mundo, creen que disminuirán los costos un 10 % o más en la producción. Datos arrojados por la empresa española se estima que en el país de origen de estos productos lograron llegar a un 10 %, y estimamos que aquí tendría que ser entre un 15 y 25% de reducción de costos.

<b>Empresa</b>	<b>% Menor Consumo</b>
Entre 0 y 5 %	3
Entre 5 y 10 %	12
Entre 10 y 15 %	13
15 % y mas	3
<b>Total</b>	<b>31</b>

## **Conclusiones**

### **Conclusiones de la encuesta:**

- La totalidad de los encuestados, optaron por llevar un control más minucioso del combustible que almacena en su establecimiento y reconocieron que actualmente no llevan controles adecuados.
- La empresa puede reducir hasta un 15 % de las pérdidas ocasionadas por este bien, que influyen al final del resultado de la producción.
- La mayoría de los empresarios que asistieron maneja un volumen mayor a 7500 litros mensuales, con una cantidad de hasta 30 vehículos con empleados para controlar.
- La mayoría de ellos poseen tanques fijos en sus establecimientos con servicios privados contratados de transporte del bien.
- La calidad y tecnología de nuestro producto resultó satisfactoria, se demostró que brindamos confianza para que ellos realicen controles óptimos y adecuados.
- Son consientes que pueden reducir costos y recuperar la inversión ocasionada por la instalación a corto plazo.

## **Conclusiones generales:**

Los resultados del seminario fueron muy satisfactorios tanto para los clientes como para la empresa, debido a que del lado del cliente se comprendió que es un producto costoso pero beneficioso para su utilización y que apenas con 3 meses de su uso cubre los costos del equipo comprado. Por parte de la empresa esta investigación resultó muy importante porque se encontraron con un mercado muy bueno a desarrollar con muchas expectativas hacia el futuro. La principal deducción, que es la clave del trabajo, es que el producto hay que ofertarlo a dueños de las empresas o socios gerentes de las mismas; ya que ningún empleado o encargado va a aceptar ser controlado minuciosamente y se va a sentir incomodo, también hay que ser realista que las ventajas o atribuciones que los mismos empleados se tomaban se van a recortar; (nunca aceptarían o recomendarían al dueño adquirir nuestro producto para más control).

Hay mucho mercado para el producto y es una innovación que a nuestros potenciales clientes les va a servir mucho, si bien va a ser un trabajo costoso en el momento del lanzamiento, las respuestas de los consumidores no se van a demorar....

**Nuestro DESAFIO de ÉXITO...."VA A ESTAR BUENO".**

## **Aportes**

Como pudimos observar y comprobar a lo largo del trabajo de campo; el gas-oíl es un bien muy importante para el sector que analizamos, sin éste no sería posible hoy día movilizar vehículos fundamentales para realizar actividades de producción.

El cuidado y mantención del mismo van a dar una distinción en la calidad del trabajo realizado evitando rupturas de maquinas o vehículos, como así también algún accidente que se pueda originar.

Sabemos muy bien que la sociedad y los clientes cada vez son más exigentes con los resultados y que hoy la comercialización de los productos pasa más por brindar servicios y atención que ofrecer precio bajos y cantidades.

Que los números y los costos son los que hablan por sí solo al final de los resultados y que una reducción en los mismos puede ser la clave del éxito para ingresar al mercado.

Que ofrecer una tecnología de primer mundo o de punta respalda y tranquiliza a nuestros clientes a la hora de realizar la actividad.

Que nuestro producto tiene que ser ofrecido a dueños de las empresas del sector dirigido.

Y que realizando una inversión elevada en la compra del surtidor ofrecido al principio resulta chocante, pero analizando números y retribuciones a poco tiempo podemos recuperar el capital invertido.

## Anexos

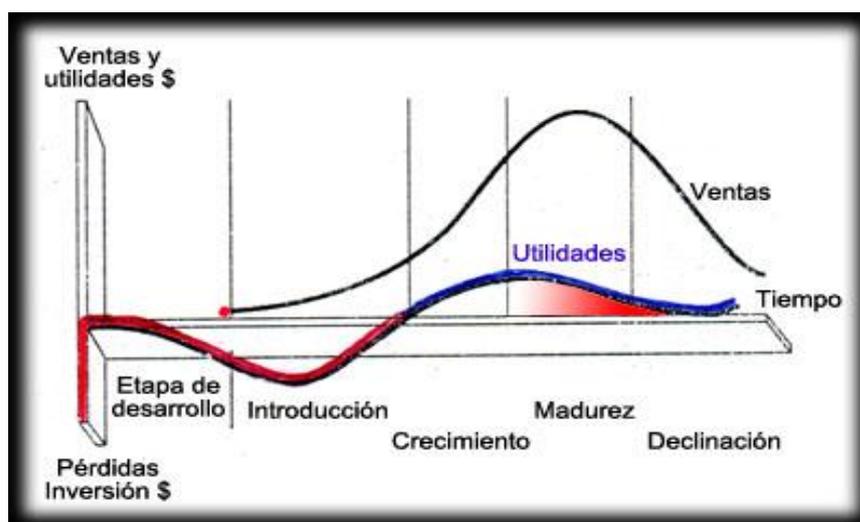
### Producto:

Figura 1:



### Ciclo de vida del producto:

Figura 2:



Fuente: <http://moralesgmercadotecnia.blogspot.com.ar/>

Proceso de decisión de compra:

Figura 3.



Fuente: <https://www.google.com.ar/imagenes>.

## INVITACIÓN AL SEMINARIO INTERNACIONAL

### PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS Y NOVEDADES GESPASA

**18 de Mayo de 2013** – Pergamino – Buenos Aires – Argentina

Estimados Clientes:

Nos complace dirigirnos a ustedes con motivo de invitarlos al Seminario Internacional que brindaremos en nuestra ciudad el día **lunes 18 de Mayo** del corriente año. Se llevará a cabo la presentación de la línea de productos y novedades de la empresa **GESPASA** la cual somos representantes oficiales desde hace 16 años en la República Argentina.

El Seminario estará a cargo del señor **Jordi Bortoló, Sales Manager**.

Los temas a tratar durante dicho seminario son los siguientes:

- ❖ **Presentación GESPASA**
- ❖ **Presentación Surtidor GK7 (control de flota ibutton y Ethernet)**
- ❖ **Sonda Genius (incluido software para medición de tanques por red)**
- ❖ **Productos lubricantes en general**

Cabe aclarar que dicho seminario es absolutamente sin costo, porque estamos convencidos que preparando y capacitando a nuestros clientes es la clave para poder hacer llegar nuestros productos a toda la región.

#### Itinerario

- 9:30 hs. - Recepción y Acreditación
- 10:00 hs. - Presentación **GESPASA** y nuevos productos
- 11:30 hs. - Coffee Break
- 12:00 hs. – Surtidores **GK7** (control de flota)
- 13:30 hs. - Brunch
- 14:30 hs. - **Sonda Genius**, Lubricantes en general, evacuación de dudas.

De esta manera esperamos su asistencia a nuestro seminario a celebrarse en la fecha acordada. Rogamos confirmar asistencia con celeridad debido a que las plazas son limitadas.

23 de Mayo, Pergamino, Buenos Aires, **Hotel Terrazas**



**Claudio Musso**  
Bv. Ameghino 646 - (B2700HKT) Pergamino (Bs. As)  
Tel / Fax / Ce: (02477) 421444/429250 - 15530520  
Email: claudiomusso@speedy.com.ar / claudiomusso@hotmail.com

**Encuesta personal:**



**Encuesta personal seminario Gespasa.**

Lunes, 18 de marzo de 2013.

**Nombre:**.....

**Apellido:**.....

**Edad:**.....

**Localidad:**.....

**Cargo Ocupacional:** -----→ Dueño de empresa

-----→ Gerente

-----→ Otros

**Empresa:** -----→ Transporte

-----→ Contratista Rural

- **¿Promedio de gas-oíl que utilizan mensualmente?**

A) Entre 2000 a 5000 litros

B) Entre 5000 a 7500 litros

C) Entre 7500 a 15000 litros

D) Entre 15000 en adelante



## **Claudio Musso**

Bv. Ameghino 646 - (B2700HKT) Pergamino (Bs. As)  
Tel / Fax / Ce: (02477) 421444/429250 - 15530520  
Email: claudiogmusso@speedy.com.ar / claudiogmusso@hotmail.com

- **¿Cantidad de empleados que posee?**

- A) Entre 2 y 5
- B) Entre 5 y 10
- C) Entre 10 y 15
- D) De 15 en adelante

- **¿Cuántos vehículos tiene en la empresa?**

- A) Entre 5 y 10
- B) Entre 10 y 15
- C) Entre 15 y 25
- D) De 25 en adelante

- **¿Cómo almacena el Gas-oíl en su establecimiento?**

- A) Tanques móviles
- B) Tanques fijos
- C) Ambos

- **¿Lleva un control del consumo del Gas-oíl?**

- A) Sí
- B) No



## **Claudio Musso**

Bv. Ameghino 646 - (B2700HKT) Pergamino (Bs. As)  
Tel / Fax / Ce: (02477) 421444/429250 - 15330520  
Email: claudiogmusso@speedy.com.ar / claudiogmusso@hotmail.com

- **¿Qué servicio utiliza para llevar el combustible a su establecimiento?**
  - A) Manualmente
  - B) Servicio de empresa Privada
  
- **Una vez escuchado nuestro seminario y las características de nuestro producto....**
  - 1) **¿Podría controlar mejor el uso del combustible en su empresa mediante nuestro producto?**
    - A) Sí
    - B) No
  
  - 2) **Visualizando y comprobando la calidad de nuestra marca y producto. ¿Cree usted que los mismos le brinden satisfacciones gratas al utilizarlos?**
    - A) Sí
    - B) No
  
  - 3) **¿Podría ahorrar un porcentaje considerable del consumo de gas-oíl que maneja actualmente?**
    - A) Sí
    - B) No



## **Claudio Musso**

Bv. Ameghino 646 - (B2700HKT) Pergamino (Bs. As)  
Tel / Fax / Ce: (02477) 421444/429250 - 15530520  
Email: claudiogmusso@speedy.com.ar / claudiogmusso@hotmail.com

### **4) ¿Qué porcentaje cree usted que disminuirá el consumo actual de gas-oíl?**

- A) Entre 0 y 5 %
- B) Entre 5 y 10%
- C) Entre 10 y 15%
- D) Un 15% y mas

### **Base de datos de Clientes**

<b>Nombre</b>	<b>Apellido</b>	<b>Localidad</b>	<b>Provincia</b>	<b>Rubro</b>
Alejandro	Pontio	Mercedes	Buenos Aires	E de transporte
Mario	Paganoni	Marcos Jarez	Santa Fe	C Rural
Miguel	Montino	Casilda	Santa Fe	E de transporte
Mario	Pereira	General Belgrano	Buenos Aires	C Rural
Marcelo	Barcia	Salto	Buenos Aires	C Rural
Marcelo	Alderete	Venado Tuerto	Santa Fe	E de transporte
Juan Carlos	Antonelli	Conesa	Buenos Aires	C Rural
Ezequiel	Galichio	Rio IV	Cordoba	C Rural
Fabian	Lanzini	Corral De Bustos	Cordoba	E de transporte
Fabio	Romitelli	Rio IV	Cordoba	E de transporte
Carlos	Jurado	Rio II	Cordoba	C Rural
Antonio	Scioli	Balcarse	Buenos Aires	E de transporte
Walter	Robledo	Balcarse	Buenos Aires	Acompañante
Andres	Gutierrez	General Cabrera	Cordoba	C Rural
Gustavo	BENITTO	Villa Maria	Cordoba	C Rural
Luciano	Bonetto	Rio II	Cordoba	E de transporte
Jorge	Olivera	San Nicolas	Buenos Aires	E de transporte
Hernan	Alzueta	Tandil	Buenos Aires	C Rural
Marcelo	Alberdi	Olavarria	Buenos Aires	E de transporte

Luis	Coraza	Olavarria	Buenos Aires	Acompañante
Pablo	Balbi	Pergamino	Buenos Aires	C Rural
Nicolas	Yañez	Pergamino	Buenos Aires	Acompañante
Roberto	Crevacuore	Alcorta	Santa Fe	C Rural
Cesar	Crevacuore	Alcorta	Santa Fe	Acompañante
Leonardo	Gandolfo	Navarro	Buenos Aires	C Rural
Hugo	Archopoli	S A de Giles	Buenos Aires	E de transporte
Pablo	Arduino	Belville	Cordoba	C Rural
Ezequiel	Barbero	Rio IV	Cordoba	C Rural
Roberto	Grecco	Rio IV	Cordoba	E de transporte
Edgard	Santillan	Pilar	Cordoba	E de transporte
Eduardo	Sanchez	Rio II	Cordoba	C Rural
German	Singolani	Monte Buey	Cordoba	C Rural
Daniel	Poggi	Carmen de A.	Buenos Aires	E de transporte
Juan Jose	DaJil	Balcarse	Buenos Aires	C Rural
Usandizaga	Juan Sebastian	Tandil	Buenos Aires	E de transporte

Fotos de evento:

Foto 1



Foto 2



Foto 3



Foto 4



Foto 5



Foto 6



Foto 7



## **Bibliografía**

### **Libros:**

Chisnall Peter, La Esencia de la Investigación de Mercado, Página 6, Prentice Hall, 1996.

Dei, H. Daniel, "La Tesis. Cómo orientarse en su elaboración". Editorial Prometeo, Buenos Aires, 2006.

Eco, Umberto, Cómo se hace una tesis. Editorial Gedisa, México 2000.

Kotler Philip, Dirección de Marketing Concepto Esenciales, Primera Edición, Prentice Hall, 2002.

Mahotra Noresh, Investigación de Mercado un Enfoque Práctico, Segunda Edición, Prentice Hall, 1997.

Orosco, Arturo, Investigación de Mercados, Concepto y Práctica, año 1999.

Sabino, Carlos. "Cómo hacer una Tesis". Editorial Lumen. Buenos Aires, 1998.

Samdhusen L. Richard, Mercadotecnia, Compañía Editorial Continental, 2002.

Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P., Elbert, R., Manual de metodología. CLACSO Libros, Buenos Aires, 2005.

Scavone, Graciela, "Cómo se escribe una Tesis". Editorial La Ley, Buenos Aires, 2002.

Suárez, F., Pascual, L., Fassio, A., Introducción a la metodología de la investigación aplicada al saber administrativo, Ediciones Cooperativas, Buenos Aires 2002.

**Diarios:**

La Opinión, diario, Ciudad de Pergamino, suplemento norpampa, septiembre 2009

La vanguardia, diario, España, 14 de abril 2011.

**Páginas web y software:**

Hilbert, Jorge, Director del instituto de ingeniería rural, INTA Castelar, comentario realizado por el autor en <http://inta.gov.ar/iir>.

PRODUCCION-ANIMAL.[www.produccion-animal.com.ar](http://www.produccion-animal.com.ar). /Empresa Agropecuarias. Junio 2012.

Software Costo Maq- Versión 1.0. Instituto de Ingeniería Rural- INTA.

[www.indec.com.ar](http://www.indec.com.ar). Capturado en Junio 2012.

[www.indec.com.ar](http://www.indec.com.ar). Capturado en Junio 2004.

**Entrevistas:**

Lavandera, Javier. Integrante del instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.

Entrevista realizada por el autor en noviembre de 2012.