

Galileo
UNIVERSIDAD

La Revolución en la Educación

IDEA
UNIVERSIDAD GALILEO

UNIVERSIDAD GALILEO
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS, INFORMÁTICA
Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN
INSTITUTO DE EDUCACIÓN ABIERTA

SEMINARIO DE MERCADOTECNIA

**“Relanzamiento de la pintura Excello Latex Flexible de
Sherwin Williams, iniciando el 1 de enero al 31 de
diciembre 2024”**

PRESENTADO POR:
Carlos Alfredo Argueta Montepeque
Carné IDE 20002755

Previo a optar el grado académico de:
**LICENCIATURA EN TECNOLOGÍA Y ADMINISTRACIÓN DE LA
MERCADOTECNIA**

Guatemala, 21 de Noviembre de 2023



INDICE

INTRODUCCION	4
JUSTIFICACION	5
OBJETIVOS	6
Objetivo General.....	6
Objetivos Específicos	6
HISTORIA.....	7
SITUACION ACTUAL.....	9
Aspecto de mercado.....	10
Misión.....	12
Visión.....	12
Nuestros valores.....	12
Objetivos estratégicos de sherwin Williams.....	14
Los objetivos estratégicos de RSE 2025 de sherwin Williams de centro América	14
PRODUCTO.....	15
EXCELLO LATEX FLEXIBLE.....	15
ANALISIS PEST.....	17
ANALISIS DE DATOS INTERNOS.....	19
MATRIZ BCG.....	20
CICLO DE VIDA	22
MATRIZ FODA.....	23
ANALISIS FODA	23
ANALISIS DEL MACROENTORNO	24
ANALISIS DE LA SITUACION DEL MERCADO.....	25

DESCRIPCION DEL PROBLEMA / OPORTUNIDAD DE MERCADO	26
SOLUCIONES PROPUESTAS	26
MERCADO META	27
CALCULO DEL POTENCIAL DEL MERCADO	28
ANALISIS DE LAS VENTAS PASADAS Y PROYECCION DE VENTAS A UN AÑO	28
ETAPA II: INVESTIGACION DE MERCADOS	29
6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
DISEÑO EL INSTRUMENTO	30
DESARROLLO DE TRABAJO DE CAMPO.....	34
PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.....	35
INFORME FINAL	40
Hallazgos y Conclusiones.....	40
FASE III FACTIBILIDA TECNICA, FINANCIERA Y LEGAL.....	42
FLUJOGRAMA DEL SERVICIO (VENTAS).....	43
ORGANIGRAMA	44
PERFILES DE PUESTOS	45
AREA FINANCIERA.....	46
Costo variable unitario.....	46
Costo Variables	46
Costos fijos.....	47
Ingresos	47
Margen.....	48
ETAPA IV PLAN DE MARKETING PARA EL PRIMER AÑO.....	48
OBJETIVOS.....	48



Objetivo general	48
Objetivos específicos:.....	49
ESTRATEGIAS COMPETITIVAS O DE MERCADO	50
ESTRATEGIA DE PRODUCTO	50
EMBALAJE DE PRODUCTO	51
MARGEN DE COMERCIALIZACIÓN	52
PRECIOS DE LA COMPETENCIA.....	52
CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	53
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	53
PROYECCION DE VENTAS.....	54
PIEZAS PUBLICITARIAS	55
AFICHES	55
PLAYERAS	55
GORRAS.....	56
PACHONES, LAPICEROS	56
REDES SOCIALES.....	57
VALLAS PUBLICITARIAS.....	58
RECOMENDACIONES	61
CONCLUSIONES.....	62
Referencias	64

INTRODUCCION

Sherwin Williams relanza su línea de pintura flexible, Excello Látex Flexible, que está diseñada para resistir los movimientos de las superficies y prevenir grietas y fisuras. La pintura es muy resistente a las primeras lluvias, hongos, algas y líquenes, por lo que es ideal para uso en exteriores.

El relanzamiento de este producto tiene como objetivo brindar a los clientes una solución de pintura de alta calidad, duradera que pueda resistir los elementos y mantener su apariencia a lo largo del tiempo. Con su flexibilidad y resistencia al agrietamiento, Excello Látex Flexible es una excelente opción para los propietarios de casas o contratistas que buscan proteger sus hogares de los efectos del clima y el tiempo.

JUSTIFICACION

El relanzamiento de la línea de pinturas Excello Látex Flexible de Sherwin Williams se justifica por varios motivos:

Alta flexibilidad: La pintura es altamente flexible, lo que le permite resistir los movimientos superficiales y evitar grietas y fisuras.

Resistencia a la intemperie: Excello Látex Flexible es altamente resistente a lluvias tempranas, hongos, algas y líquenes, por lo que es ideal para uso en exteriores.

Durabilidad: La pintura está diseñada para ser duradera y mantener su apariencia a lo largo del tiempo, brindando a los clientes una solución de pintura duradera y de alta calidad.

Propiedades elastoméricas: Resuflor Flex, anteriormente Eco-Flex, es un revestimiento de piso epoxi elastomérico duradero que es flexible con la vibración del piso para reducir las grietas del piso.

Satisfacción del cliente: El relanzamiento de este producto tiene como objetivo brindar a los clientes una solución de pintura de alta calidad, duradera y duradera que pueda resistir los elementos y mantener su apariencia a lo largo del tiempo.

En general, el relanzamiento de Excello Látex Flexible se justifica por su alta flexibilidad, resistencia a la intemperie, durabilidad y satisfacción del cliente. El producto está diseñado para brindar a los clientes una solución de pintura duradera y de alta calidad que pueda resistir los elementos y mantener su apariencia con el tiempo.

OBJETIVOS

Objetivo General

Relanzamiento del producto pintura Excello látex Flexible de sherwin Williams.

Objetivos Específicos

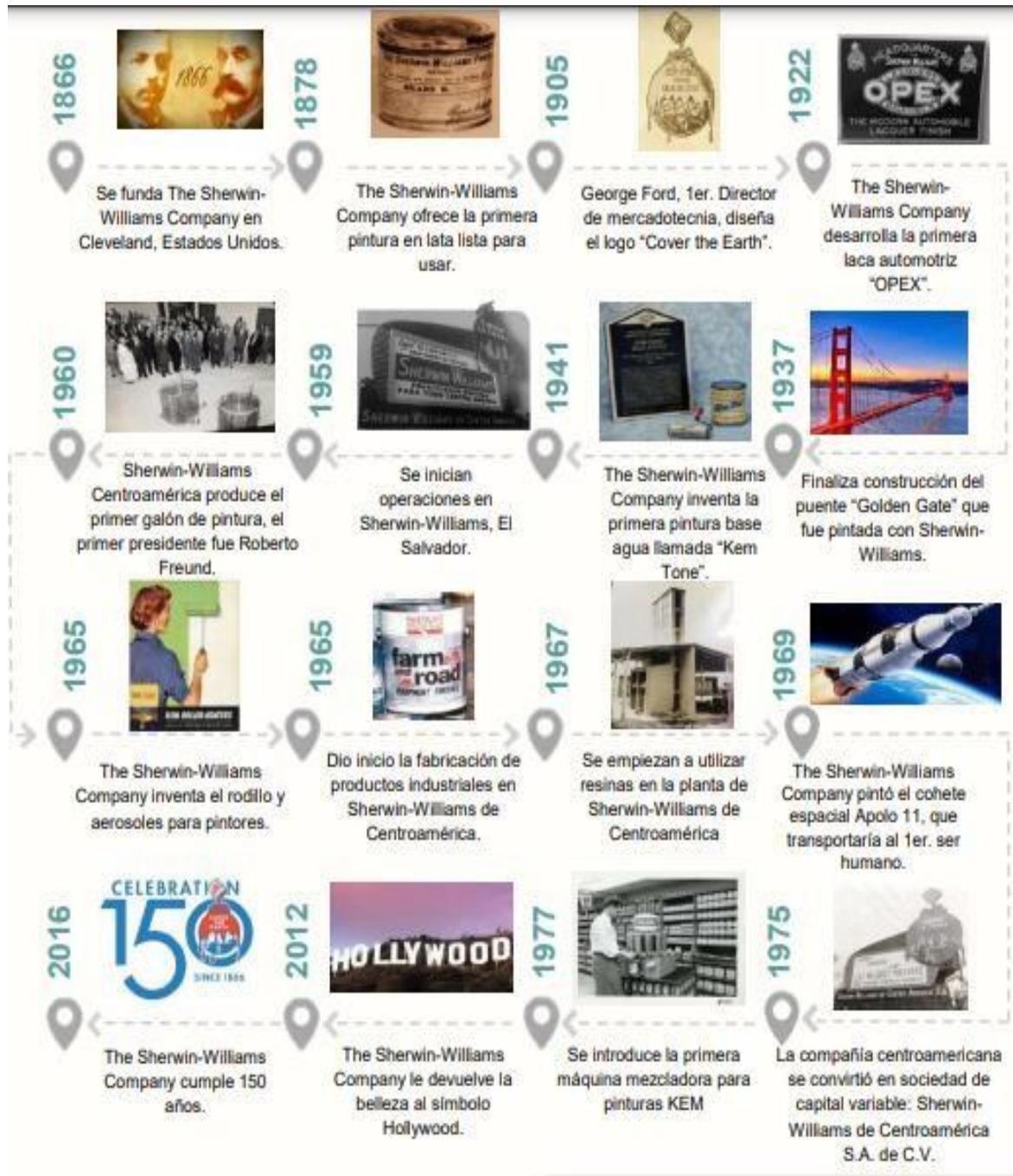
- Incrementar las ventas en un 15% anual.
- Posicionamiento de producto Excello Latex Flexible.
- Distribuir de manera regular el producto.
- Determinar la capacidad de la demanda para satisfacer la demanda del producto.

HISTORIA

Sherwin-Williams, es un productor de barnices y pinturas de nivel mundial con una historia rica de innovaciones. Desde su fundación, realizada por Henry Sherwin y Edward Williams en 1866, quienes garantizaron la calidad del producto por medio de una certificación que reflejaba las firmas plasmadas en cada lata o envase de pintura, convirtiéndose así no solo en el mayor productor de barnices y pinturas de los Estados Unidos, sino también uno de los mayores productores en el mundo.

Es así, como Sherwin-Williams de Centroamérica, fue fundada en el año de 1959 contando con la Licencia para Manufactura y Comercialización de pinturas y barnices en El Salvador donde son sus oficinas centrales, teniendo cobertura territorial, abriendo operaciones en Guatemala (1967), Honduras (1981), Belice (es atendida desde San Pedro Sula), Nicaragua (1974), Costa Rica (1968) y Panamá (1970).





SITUACION ACTUAL

Sherwin Williams de centro America tiene más de 150 años de experiencia en la producción y comercialización de barnices en la industrialización de las pinturas, logrando el desarrollo y crecimiento de sus colaboradores mediante la excelencia en sus actividades, cabe destacar que sherwin Williams distribuye en centro América gran parte de su producción, además sherwin Williams es una empresa con un sólido prestigio por su compromiso con garantizar sus productos para la satisfacción de todos sus clientes, así como también poseen un compromiso estricto con el medio ambiente y la seguridad empresarial de sus colaboradores.

En sherwin Williams de centro América se tienen ingresos de Q308.8 millones en el año 2022 y se tiene previsto alcanzar para este año el incremento anual del 10% siendo este un monto de Q339.7 millones del total de ventas para el año 2023, este crecimiento anual se ve afectado por las manifestaciones, la polémica que existe en la política y la transición del cambio de gobierno que vive el país actualmente.

La rotación de sus producto se basa en cuestión a sus ventas el primero entrar es el primero en salir y tiene una duración de 30 días, actualmente cuentan con una capacidad para almacenar 240,000 galones de pintura.

En cuanto su posicionamiento en el mercado sherwin Williams ocupa gran parte de la cuota de mercado, destacándose por ser una pintura de calidad y además de ofrecer satisfacción garantizada

Aspecto de mercado

Algunos de los productos sherwin Williams, es importante mencionar que se la empresa cuenta con un portafolio de productos bastante amplio en el cual seguramente los clientes encontraran la solución que buscan.



Excello Látex Acrílico

Excello Látex Style Perfect

Excello Látex Lavable



Colonial Style Esmalte

Excello Esmalte Alquídico

Excello Esmalte Style Perfect



Excello Látex Weather Perfect

Excello Látex Clima Extremo

Excello Látex Flexible



Builders Base Sellador para Tabla Yeso / Gypsum

Builders Base Sellador para Bloques de Concreto

Builders Base Sellador para Superficies Alcalinas



La rentabilidad de la empresa está entre un 30% y un 40% en relación con sus ventas anuales.

Misión

“Encantar a nuestros clientes, colaboradores, inversionistas y a la comunidad que nos rodea, a través de nuestros productos, servicios y beneficios”

Visión

“Somos la Fuerza del bien en la sociedad y en el planeta, mejorando con pasión las vidas de nuestros clientes, resolviendo problemas, embelleciendo y protegiendo los bienes en los que Viven, Trabajan y se Divierten.”

Nuestros valores

SOMOS LO QUE PENSAMOS:

Actuamos con integridad, honestidad y respeto.

Somos positivos, proactivos y realistas. Cumplimos las promesas y somos prudentes al expresar lo que pensamos.

MÉRITO AL DESEMPEÑO:

Disciplina, metas, logros

Trabajamos con disciplina, cumplimos con metas exigentes para lograr la excelencia.

UN SOLO SHERWIN:

Trabajamos como un solo equipo.

“Dinamitamos Barreras” a través de la cooperación unión y empatía entre colaboradores y departamentos.

FE EN EL FUTURO:

Trabajamos con fuerza hoy para que el futuro sea mejor.

Nuestro crecimiento personal y profesional hace crecer nuestra empresa y nuestro país.

CONFIANZA:

Confiamos en nuestras capacidades y en las de otros.

Contamos con credibilidad técnica y conocimiento de nuestros productos para solucionar las necesidades de nuestros clientes.

SIMPLE Y RÁPIDO:

Agilizar procesos.

Somos rápidos y prácticos, simplificamos lo complejo y sabemos siempre resolver.



Objetivos estratégicos de sherwin Williams

- Incrementar las ventas anuales en un 15%
- Reducir costos en un 5% anual mediante la automatización de procesos logísticos y administrativos.
- Realizar el plan careras
- Identificación de mercado por tiendas.

Los objetivos estratégicos de RSE 2025 de sherwin Williams de centro América

- 5 ejes de sostenibilidad, reciclaje y manejo de desechos, eficiencia energética, sistema integrado de agua net positive, edificios leed en construcción sostenible y productos con declaración ambientales.
- Responsabilidad social corporativa.
- Proyectos con enfoque medioambiental.
- Proyectos con enfoque social.
- Proyectos con enfoque económico



PRODUCTO

EXCELLO LÁTEX FLEXIBLE



Excello Látex Flexible de Sherwin Williams es nuestra pintura con tecnología elastomérica que oculta y previene fisuras con sus propiedades tres en uno utilizado para sellar, ocultar fisuras y decorar.

- Altamente flexible para resistir movimientos de la superficie
- Excelente resistencia a la lluvia temprana
- Resistente a hongos, algas y líquenes
- Repara fisuras hasta 0.3 mm de ancho

RENDIMIENTO TEÓRICO:

64.43 m²/gal - 69.30 (17.02 m²/L -18.31 m²/L)

Rendimiento al espesor recomendado:

35.79 m²/gal - 38.50 (9.46 m²/L -10.17 m²/L)

USOS RECOMENDADOS

Exterior e Interior

Tipos de Superficie:

- Acero / Hierro
- Aluminio / Galvanizado
- Bloque de Concreto
- Concreto / Repello
- Drywall
- Madera
- Stucco Cementicio

Presentación:

La pintura Excello látex Flexible viene en un envase metálico recubierto por la parte de adentro con una película que le sirve como antioxidante.

Etiqueta:

La etiqueta es de papel impreso en planta

Diferenciación:

Es una pintura con una alta elongación de hasta 0.3 mm siendo esta 3 en 1 por su capacidad de sellar, ocultar las fisuras de las superficies y utilizarse como acabado final.

VENTAJAS

- Altamente flexible, oculta y previene fisuras de hasta 0.1 mm
- Resistente a hongos, algas y líquenes
- Alto desempeño y fácil limpieza
- Excelente lavabilidad en acabado mate
- Libre de plomo y mercurio

- Amigable con el medio ambiente.

Ficha técnica

<https://www.sherwinca.com/tienda/arquitectonico/excello-latex-flexible/>

DIAGNOSTICO DE LA EMPRESA

Investigación preliminar

Sherwin Williams Company es una empresa estadounidense con la cual es conocida comúnmente como sherwin Williams empresa que se dedica a la producción y distribución de pinturas y barnices a nivel mundial, siendo fundada en 1866 por Henry Sherwin y Edward Williams convirtiéndose en una de las marcas más importantes en la distribución de pintura en todo el mundo.

Sherwin Williams es conocida principalmente por la calidad de sus productos siendo estos sistemas de pintura que solucionan diferentes tipos de problemas en la industrialización de las pinturas.

Análisis de la definición de la actividad comercial de empresa

Sherwin Williams se dedica a manufactura y comercialización de pinturas y barnice, los cuales en ocasiones se importan de Estados Unidos. En 1959 se apertura la planta en Ilopango El Salvador quien tiene la cobertura territorial de exportación a centro América, Su distribución es mediante el canal de tiendas propias y distribuidores autorizados.

ANALISIS PEST

ANALISIS PEST		
POLITICO		
	POSITIVO	NEGATIVO
1	marco legal para la importación y comercialización de las pinturas.	exceso de impuestos.

2	implementación de políticas para la inversión extranjera.	la corrupción afecta en gran parte.
3	con la inversión extranjera se logra el desarrollo de las comunidades en el país.	los cambios de los gobiernos deja la incertidumbre y posibles cambios de los impuestos actuales.
4	sherwin Williams trabaja bajo las leyes y regulaciones del país.	al tener complicaciones en las importaciones se pierden gran parte de empleos.
5	la regulación de los precios en las importaciones.	las regulaciones y legislaciones de guatemala para las importaciones.

ECONOMICO

	POSITIVO	NEGATIVO
1	crecimiento constante en los últimos años.	la tasa alta del desempleo en guatemala.
2	sherwin Williams es una de las principales empresas de pintura en guatemala.	crisis económica por manifestaciones y paro nacional por grupos de personas.
3	Crecimiento de la empresa.	la variación en el tipo de cambio de moneda.
4	inversionistas extranjeros	pérdidas millonarias al no importar producto
5	la expansión de tiendas es sinónimo de creación de empleos	transformaciones negativa de la economía al no contar con inversionistas extranjeros.

SOCIAL

	POSITIVO	NEGATIVO
1	programas de RSE enfocados a la educación y el medio ambiente.	escasez de empleo en guatemala.
2	la pintura es muy utilizada en guatemala en los sectores residenciales, comerciales y en la industria.	menos apoyo al desarrollo de las comunidades.
3	alianzas con empresas locales para la distribución de sus productos.	violaciones laborales
4	academia de pintores.	contaminación del medio ambiente como empresa.
5	programas de desarrollo y crecimiento laboral dentro de la empresa	nivel socioeconómico en guatemala.

TECNOLOGICO

	POSITIVO	NEGATIVO
1	implementación de tecnologías de punta para la elaboración de pinturas.	costo alto de la implementación de automatización de procesos.
2	sistemas de automatización de procesos.	la competencia con tecnología más avanzada.
3	creación de aplicaciones móviles para selección de colores.	la producción cada vez es más exigente con la calidad de los productos mediante el uso de tecnología.
4	desarrollo de pinturas amigables con el medio ambiente.	actualizaciones de tecnología constantes.
5	desarrollo de aplicación para contratistas con información relevante y de uso diario.	costeo alto en maquinaria para la industria.

ANALISIS DE DATOS INTERNOS

Actualmente se cuenta con un crecimiento como empresa no solo en ventas si no también en personal y apertura de tiendas propias, la empresa Sherwin Williams vende alrededor de US\$39.1 millones de dolares en promedio y se proyecta un crecimiento anual del 15% en relación al año 2022, teniendo una rentabilidad entre un 20% y 30%, su rotación de inventario se basa en el método fifo que significa primero entrar primero en salir y se estima para 30 días, cabe resaltar que para valorar los resultados de marketing se aprovecha la excelente participación en el mercado con la que cuenta sherwin Williams.

pronostico de ventas y proyeccion al año 2023

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
2021	Q 8,966,327.46	Q 8,967,955.42	Q 8,925,785.45	Q 9,786,393.60
2022	Q 9,414,643.84	Q 9,416,353.19	Q 9,372,074.73	Q 10,275,713.28
2023	Q 9,885,376.03	Q 9,887,170.85	Q 9,840,678.46	Q 10,789,498.94
total	Q 28,266,347.33	Q 28,271,479.45	Q 28,138,538.64	Q 30,851,605.82

MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
Q 12,393,055.01	Q 10,509,537.88	Q 10,519,839.95	Q 9,706,726.68
Q 13,012,707.76	Q 11,035,014.77	Q 11,045,831.95	Q 10,192,063.02
Q 13,663,343.14	Q 11,586,765.51	Q 11,598,123.54	Q 10,701,666.17
Q 39,069,105.91	Q 33,131,318.15	Q 33,163,795.44	Q 30,600,455.87



SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		totales	
Q	9,824,694.78	Q	10,511,638.49	Q	10,201,738.08	Q	9,475,021.26	Q	119,788,714.04
Q	10,315,929.51	Q	11,037,220.41	Q	10,711,824.98	Q	9,948,772.33	Q	125,778,149.75
Q	10,831,725.99	Q	11,589,081.43	Q	11,247,416.23	Q	10,446,210.94	Q	132,067,057.23
Q	30,972,350.28	Q	33,137,940.32	Q	32,160,979.28	Q	29,870,004.53	Q	377,633,921.02



MATRIZ BCG



Estrella:

Excello látex acrílico, es el producto que siempre está en la mayoría de las órdenes de compra, tiene una muy buena aceptación con la gente y representa la segunda entrada más alta de la empresa con un promedio de venta mensual de Q.10,680,000.00

Vaca:

Colonial Style Látex, es el producto principal que genera ingresos para la empresa, cuenta con una amplia rotación de inventario en los segmentos de cada canal de ventas y representa una cantidad de Q.,12,560,000.00 en venta promedio mensual.

Perro:

Coloramica látex ha venido en declive, debido a la múltiple competencia y que no se ha rediseñado representa una baja rotación en el inventario generando un ingreso mensual promedio de Q. 75,000.00.

Interrogante:

El relanzamiento de la pintura Excello Látex Flexible, se espera que pueda tener un impacto y pueda generar una alta rotación con los diferentes segmentos de venta al que se está buscando alcanzar y mantener su tendencia.

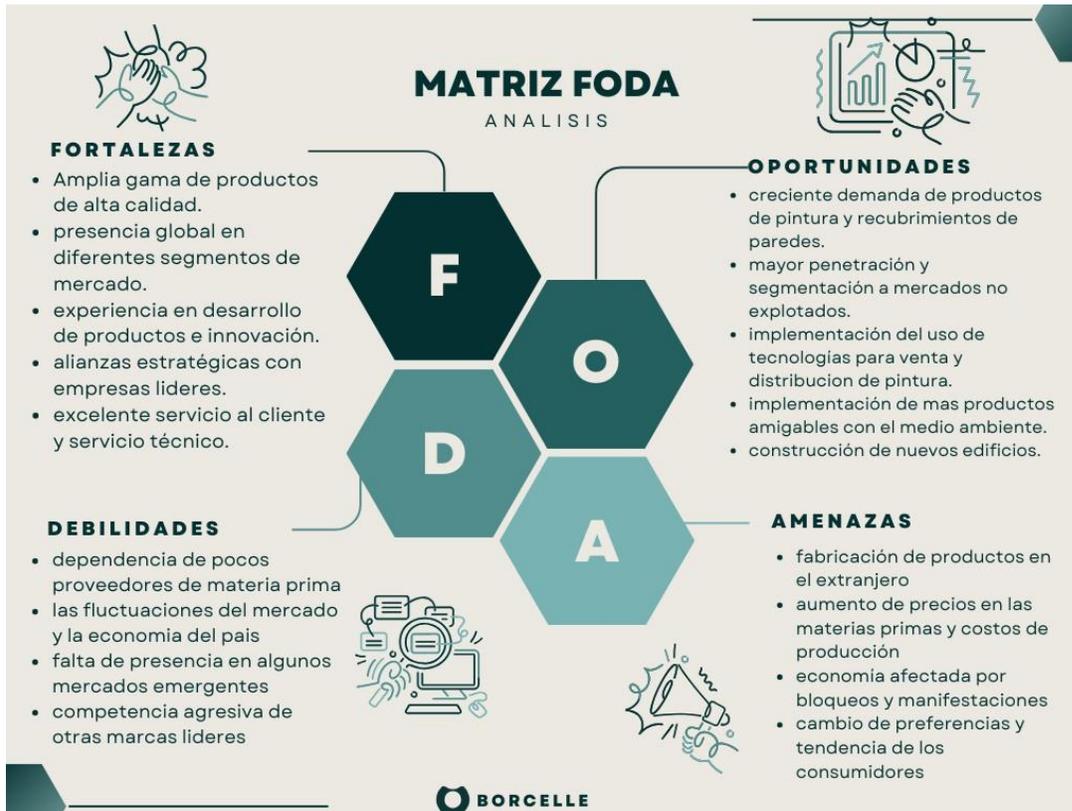
CICLO DE VIDA

el mercado de las pinturas residenciales tiene una gran variedad de posibles soluciones y para esto Sherwin Williams tiene su pintura Excello látex Flexible, pero se tiene muy poca publicidad de este producto por lo cual es importante un relanzamiento dejando claro sus ventajas por medio de la publicidad para incrementar la participación y por consiguiente una buena rotación de inventario antes de que se vea afectada la rentabilidad del producto y evitar que llegue al declive.

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO



MATRIZ FODA



ANALISIS FODA

ANALISIS FODA CRUZADO		
	Oportunidades	Amenazas
	estrategias ofensivas (F-O)	estrategias defensivas (F-A)
Fortalezas	aprovechar la amplia gama de productos para mantener la presencia en diferentes segmentos de mercado.	mediante la experiencia en desarrollo e innovación de productos atender el cambio de preferencias y las tendencia en los consumidores.
Debilidades	estrategias de reorientación (D-O)	estrategias de supervivencia (D-A)
	atacar la falta de presencia de mercados emergentes con la segmentación y penetración con el uso de tecnología para la venta y la distribución.	con base en la innovación de productos para mantener el top of mind en los consumidores.

ANALISIS DEL MACROENTORNO

Fuerzas Demográficas

Se debe al valor sobre el incremento en las personas activas económicamente por región y cada vez son menos las personas que tienen que viajar largas distancias para laborar, esto debido a que ha existido un incremento en las oportunidades laborales en el interior del país.

Fuerzas económicas

Se ve afectado derivado a la recesión que existe derivado de la situación actual con la manifestaciones y bloqueos en las carreteras que conlleva al cierre de la empresa y el despido masivo de personas. Se debe de trabajar en buscar la forma de realizar una reactivación económica para que el impacto no sea tan grave.

Fuerzas Naturales

Guatemala es un país expuesto a los desastres naturales, inundaciones, deslaves, erupciones etc., por lo que se debe de tomar en cuenta estos factores para evitar la interrupción en la cadena comercial.

Fuerzas Tecnológicas

Puede presentar fallos e interrupciones en las señales de comunicación y afectar el desarrollo de labores de las empresas, por lo que es un punto muy importante de mantener monitoreada y de ser posible contar con un plan B para contrarrestar.

Fuerzas Políticas

Es algo que por años ha golpeado a la economía del país, ya que existen bloqueos en las principales carreteras lo que no permite la libre locomoción y el poder cumplir en la entrega y traslados de diversos productos, es lo que sucede en la actualidad.

Fuerzas culturales

Muchas veces los consumidores no aceptan cambios ni productos nuevos, por lo que se debe implementar y ejecutar productos que puedan satisfacer sus necesidades garantizando que solucione cada necesidad del consumidor.

ANALISIS DE LA COMPETENCIA

En el segmento al que aplica la pintura Excello látex Flexible en la competencia no existe un competidor directo en el mercado, más sin embargo podemos mencionar que sus competencia indirecta pueden ser los impermeabilizantes de otras marcas ya que se considera que tienen características similares.

Estos productos generan un valor de confianza y fidelización con su target por estar en el **top of mind** de los consumidores.

ANALISIS DE LA SITUACION DEL MERCADO

Comportamiento de la demanda.

Excello látex Flexible está diseñado específicamente para acabados lisos en las construcciones que lo hace un segmento en tendencia en la actualidad dentro del mercado objetivo, esta pintura busca ser impulsada mediante los siguientes factores:

Tendencia de alisado en paredes: durante este acabados en paredes con el movimiento de la tierra tiende a formarse pequeñas grietas que se ven mal estéticamente.

Recomendación por el contratista: el contratista también lo recomienda por su alto poder de sellar y decorar las paredes en pocas manos de pintura.

Comportamiento de oferta:

Como no hay competencia directa se puede identificar los segmentos de mercado más adecuados para el producto y enfocar los esfuerzos de marketing en ellos.

Ofrecer una amplia variedad de colores para satisfacer las necesidades y preferencias de los clientes.

Desarrollar una estrategia de precios competitiva y atractiva para los clientes.

Ofrecer promociones y descuentos especiales para incentivar la compra del producto.

DESCRIPCION DEL PROBLEMA / OPORTUNIDAD DE MERCADO

Actualmente la pintura Excello Látex Flexible tiene la oportunidad de participación total de un segmento de mercado en el recubrimiento de paredes en acabado alisado. Por otro lado, no utilizar el mismo plan de mercadeo de siempre, para poder enfocarse se debe de desarrollar otro plan de mercadeo y desarrollar estrategias específicas del producto para lograr el objetivo.

SINTOMAS

Síntomas de una mala planificación estratégica

No existe un plan estratégico específico de mercadeo.

No existe una investigación.

Rechazo por precio.

Síntomas de un mal plan de marketing

Existe poca credibilidad de beneficios con los consumidores.

SOLUCIONES PROPUESTAS

- Elaborar una campaña digital para promover el producto.
- Realizar un plan de mercadeo para determinar factores que pueden perjudicar el posicionamiento de la marca.
- Fidelizar a los clientes mediante promociones de atados.
- Implementar estrategias de comunicación y un plan de medios al segmento contratistas.

MERCADO META

Segmentación del mercado

El mercado meta está compuesto y dirigido a empresas contratistas de pintura o personas individuales que les guste pintar su casa con las mejores opciones de recubrimiento de paredes con pintura.

Criterios	Variables
Demográficos	Edad: de 18 a 65 años Empresas: contratistas de pintura, arquitectura, DEAS.
Psicográfico	Perfil de empresa: empresas que buscan ahorrar tiempo y dinero con una pintura de calidad y garantizar su trabajo.

Mercado meta

Segmento contratistas de pintura

Empresas dedicadas a las remodelaciones con recubrimientos de alta calidad en pintura.

Posicionamiento deseado

La pintura Excello Látex Flexible ocupa un posicionamiento de seguidor, sin embargo, es un producto con una gran oportunidad de mercado en el que solo él esta, pero la falta de credibilidad y promoción hacen que el producto no alcance su crecimiento deseado, en la estrategia se desea aumentar la participación mediante la tendencia de recubrimiento alisados tomando como base el reconocimiento de marca que tiene Sherwin Williams.

CALCULO DEL POTENCIAL DEL MERCADO

Cálculo para la ciudad Guatemala

- empresas dedicadas a contratistas de pintura.

60,000.00 (Fuente: no existe un dato exacto Según el Ministerio de Economía (MINECO), las microempresas son alrededor de 435 mil; las pequeñas, alrededor de 40 mil; las medianas son 4 mil y las grandes suman 1,600).

ubicación	mercado meta	NSE		presentación de compra
ciudad de guatemala	empresas contratistas de pintura	C3,C2,C1,B, A	demanda Potencial	Galón de pintura Excello látex Flexible
total	500,000.00	12%	60,000.00	60,000.00

frecuencia de compra	unidades de venta	precio de venta	monto de venta
1 vez cada 4 años			
60,000.00	15000	375.00	5,625,000.00

ANALISIS DE LAS VENTAS PASADAS Y PROYECCION DE VENTAS A UN AÑO

pronóstico de ventas y proyección de ventas al año 2023

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
2021	Q 8,966,327.46	Q 8,967,955.42	Q 8,925,785.45	Q 9,786,393.60	Q 12,393,055.01	Q 10,509,537.88
2022	Q 9,414,643.84	Q 9,416,353.19	Q 9,372,074.73	Q 10,275,713.28	Q 13,012,707.76	Q 11,035,014.77
2023	Q 9,885,376.03	Q 9,887,170.85	Q 9,840,678.46	Q 10,789,498.94	Q 13,663,343.14	Q 11,586,765.51
total	Q 28,266,347.33	Q 28,271,479.45	Q 28,138,538.64	Q 30,851,605.82	Q 39,069,105.91	Q 33,131,318.15

JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	totales
Q 10,519,839.95	Q 9,706,726.68	Q 9,824,694.78	Q 10,511,638.49	Q 10,201,738.08	Q 9,475,021.26	Q 119,788,714.04
Q 11,045,831.95	Q 10,192,063.02	Q 10,315,929.51	Q 11,037,220.41	Q 10,711,824.98	Q 9,948,772.33	Q 125,778,149.75
Q 11,598,123.54	Q 10,701,666.17	Q 10,831,725.99	Q 11,589,081.43	Q 11,247,416.23	Q 10,446,210.94	Q 132,067,057.23
Q 33,163,795.44	Q 30,600,455.87	Q 30,972,350.28	Q 33,137,940.32	Q 32,160,979.28	Q 29,870,004.53	Q 377,633,921.02

ETAPA II: INVESTIGACION DE MERCADOS

6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Un problema principal que la pintura Excello Flexible podría enfrentar, es la creciente competencia en el mercado de segmento de la construcción y sus recubrimientos. con la proliferación de marcas y productos en el mercado, incluyendo nuevas tecnologías y características innovadoras, Excello Latex Flexible podría enfrentar dificultades para diferenciarse y mantener su cuota de mercado en la categoría de recubrimientos. La competencia intensa podría afectar la demanda y la lealtad del cliente, lo que requeriría estrategias sólidas de marketing y servicio al cliente para mantener su posición competitiva.

6.1 Objetivo general de la investigación

Con esta investigación se busca información específica del producto Excello látex Flexible, para alcanzar la cuota de mercado deseada, Sherwin Williams es una empresa líder en el segmento de recubrimientos, sin embargo, el producto se encuentra en el ciclo de madurez y en el cuadrante de interrogación, por lo que se realizó una investigación de mercados para tener bases sólidas de la situación actual del producto y lo que se desea alcanzar.

6.2 Objetivos específicos

- Obtener datos necesarios para analizar y determinar si la pintura Excello látex Flexible es conocido en el mercado.
- Determinar en qué segmento se puede tener un mayor impacto al momento de promocionar.
- Establecer si las personas tienen conocimiento de los beneficios de la pintura Excello Látex Flexible.
- Definir el tipo de estrategia de posicionamiento a utilizar.
- Establecer quienes compran el producto.

6.3 Tipo de fuentes de información a utilizarse

- Datos primarios, ya que la información que se obtendrá será específicamente para saber el posicionamiento de marca y la participación de mercado que tiene el producto Excello Latex Flexible.

7. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

7.1 Metodología a utilizarse

La investigación se realizó mediante encuestas, es un método que permite obtener los datos deseados de primera mano a través de consumidores potenciales del producto, y con preguntas específicas acerca de conocimientos, preferencias y comportamientos de compra.

7.2 Método de contacto

Para este proceso de la investigación se utilizó un cuestionario con 13 preguntas estratégicas, las cuales permiten conocer el mercado objetivo, las preferencias del consumidor, tendencias y posicionamiento de la marca, así como también del producto Excello látex Flexible.

DISEÑO EL INSTRUMENTO

Tipo y descripción del instrumento

Ejemplo:

Encuesta de pintura Excello látex Flexible

Esta encuesta tiene como objetivo recopilar datos reales para la elaboración de un proyecto universitario.

Nombre y Apellido

*

Nombre en la empresa que labora

Edad

*

15 a 30 años

31 a 45 años

46 a 60 años

de 60 en adelante

Genero

*

Masculino

Femenino

Otros

Ubicación

*

Ciudad de Guatemala

Región Metropolitana

región Suroccidente

región Nor Oriente

¿Cuál es su rango salarial?

*



Q3400 a Q7200

Q7201 a Q11900

Q11,901 a Q17,500

Q17,501 a Q25,600

Q25,601 en adelante

¿cuándo pinta casas utiliza pinturas base agua?

*

Si

No

¿Qué tipo de pintura utiliza?

Pintura Base Agua normal

Pintura Base Agua Flexible

Pintura Base Agua Lavable

Pintura Base Agua Libre de Olor

Pintura Base Agua para Climas Extremos

Otro tipo de pintura

¿Qué marca es de su preferencia?

Comex

Sherwin Williams

Sur Color

Paleta

¿En dónde adquiere la pintura?

Tienda directa de la Marca

Distribuidor autorizado

¿si hablamos de su casa cada cuanto tiempo pinta?

1 año

2 años

3 años

4 años

5 años

¿Qué características son de importancia al comprar pintura?

Durabilidad / Garantía

Marca

variedad de colores

precio

¿Le gustaría recibir promociones en tienda por su compra de pintura?

Si

No

Tal vez

CÁLCULO Y SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Tipo de muestra

Se seleccionó una muestra probabilística mediante un muestreo aleatorio simple, donde cualquier empresa constructora, diseñadores, arquitectos que cumplieran con las características requeridas pueda ser encuestado.

Características de la muestra

- Género: Indiferente
- Edad: 18 años a 64 años
- Nivel Socioeconómico: Desde D2 hasta A
- Empresa interesada en garantizar sus recubrimientos.
- Ubicación Geográfica: Ciudad de Guatemala.

Cálculo del tamaño de la muestra

Basándonos en la población urbana de Guatemala, dato real de la muestra:

Calculadora de muestra

Nivel de confianza: 95% 99%

Margen de Error:

Población:

Tamaño de Muestra:

Sin embargo, el parámetro utilizado fue el mínimo por temas de tiempo y costos para la muestra representativa

	Óptimo	Promedio	Mínimo
Nivel de confianza	95%	93%	90%
Margen de error	5%	7%	10%
Tamaño de la muestra	385	167	67

Quedando un tamaño de muestra de: 67 encuestas, siendo este el mínimo. con un nivel de confianza del 90% y margen de error del 10%.

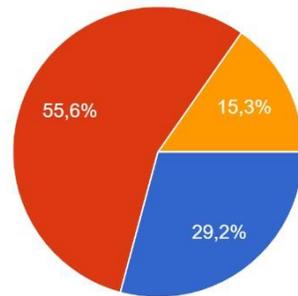
DESARROLLO DE TRABAJO DE CAMPO

Obtención de la información



Edad

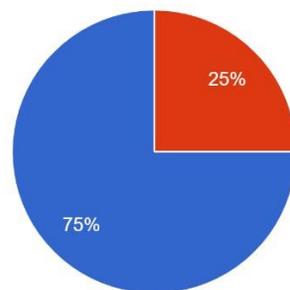
72 respuestas



- 15 a 30 años
- 31 a 45 años
- 46 a 60 años
- de 60 en adelante

Genero

72 respuestas

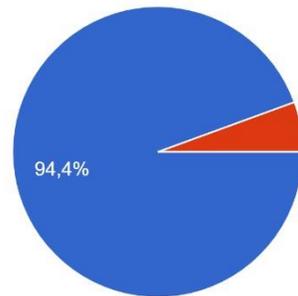


- Masculino
- Femenino
- Otros



Ubicacion

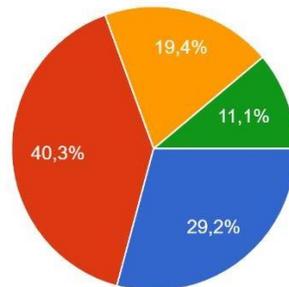
72 respuestas



- Ciudad de Guatemala
- Region Metropolitana
- Region Suroccidente
- Region Nor Oriente

¿Cual es su rango salarial?

72 respuestas

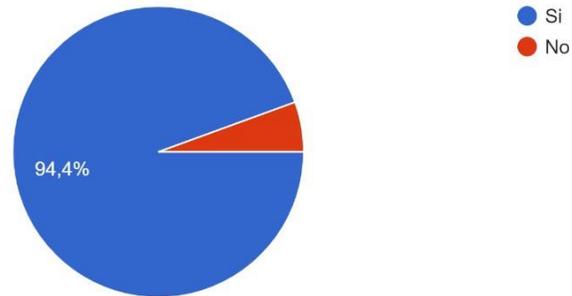


- Q3400 a Q7200
- Q7201 a Q11900
- Q11,901 a Q17,500
- Q17,501 a Q25,600
- Q25,601 en adelante



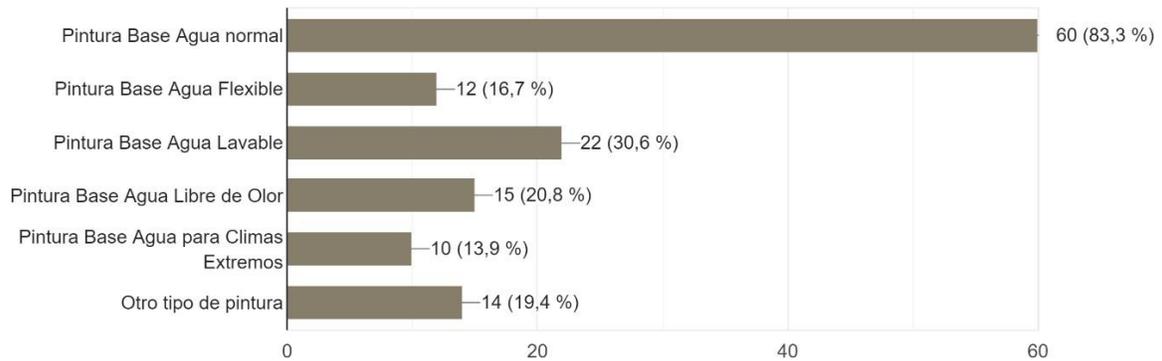
¿cuando pinta casas utiliza pinturas base agua?

72 respuestas



que tipo de pintura utiliza?

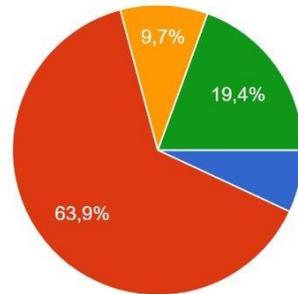
72 respuestas





¿Qué marca es de su preferencia?

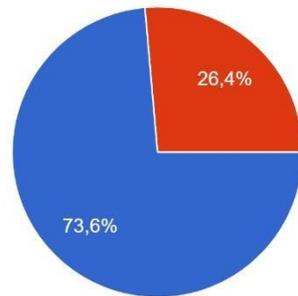
72 respuestas



- Comex
- Sherwin Williams
- Sur Color
- Paleta

¿En donde adquiere la pintura?

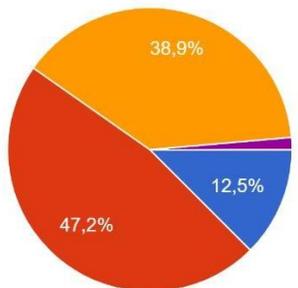
72 respuestas



- Tienda directa de la Marca
- Distribuidor autorizado

¿si hablamos de su casa cada cuanto tiempo pinta?

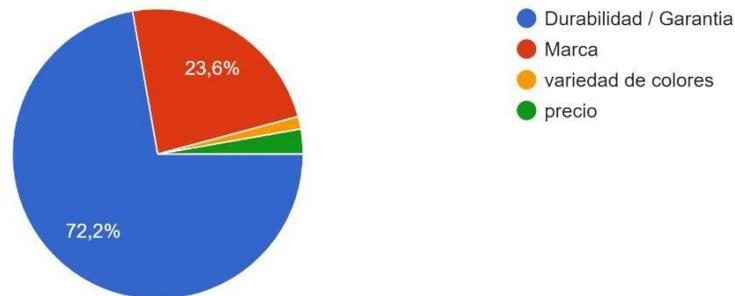
72 respuestas



- 1 año
- 2 años
- 3 años
- 4 años
- 5 años

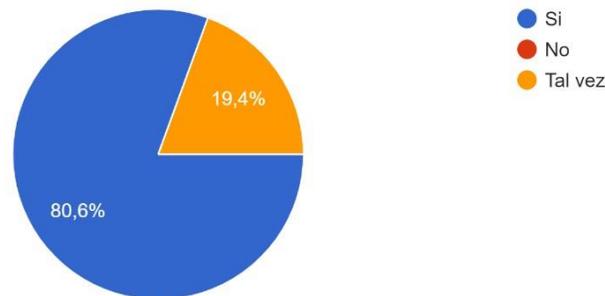
¿qué características son de importancia al comprar pintura?

72 respuestas



¿le gustaría recibir promociones en tienda por su compra de pintura?

72 respuestas



INFORME FINAL

Hallazgos y Conclusiones

Así mismo con la investigación de mercados podemos identificar que la más común es la de 31 a los 45 años, el género puede ser indiferentes más sin embargo existe más hombres en el ámbito, es su mayoría son de ciudad de Guatemala, con un rango salarial de entre Q7,201.00 a los Q11,900.00, también se pudo conocer que la mayoría de personas utiliza pinturas base agua normal y que su marca de preferencia es Sherwin Williams, adicional a eso las empresas buscan comprar la pintura en tiendas directas de la marca, les interesa más que la pintura tenga

durabilidad y garantía y también a la mayoría les gustaría obtener promociones por las compras.

Adicional mediante la investigación de mercados es posible tener una visión más clara del producto Excello látex Flexible para tomar las decisiones de la estrategia, que se basa en los objetivos generales y específicos.

La investigación también nos ayudara a crear una estrategia efectiva para posicionar el producto y alcanzar la cuota de mercado deseada.

La alianza estratégica con las empresas que aplican pintura permitirá incrementar las ventas y generar las utilidades deseadas.

Conclusión No. 1

Es importante realizar encuestas para conocer al consumidor, sus preferencias, la tendencia del mercado, hacia donde se deben enfocar los objetivos al querer relanzar un producto y para tomar una buena decisión de estrategia de marketing.

Conclusión No. 2

Si se desea realizar un relanzamiento de producto o incrementar las ventas, es necesario realizar un análisis de la situación actual y de allí partir para corregir actividades que no están permitiendo alcanzar el objetivo.

Recomendaciones

Mediante la investigación de mercado que se realizado se pueden obtener información para tomar acciones y tomar las oportunidades que tiene un producto y relanzarlo al mercado.

Generar un plan de marketing del producto Excello Latex Flexible ayudara a que no solo el consumidor final vea los atributos del producto si no que tambien las personas que aplican este tipo de recubrimientos en paredes y se den cuenta del beneficio-costos que tiene este producto.

Inicialmente se determinó que la pintura Excello Latex Flexible cuenta con una gran oportunidad de mercado en el cual no existe un competidor directo y mostrando los atributos del producto se puede hacer que genere la suficiente credibilidad en los consumidores para su adquisición.

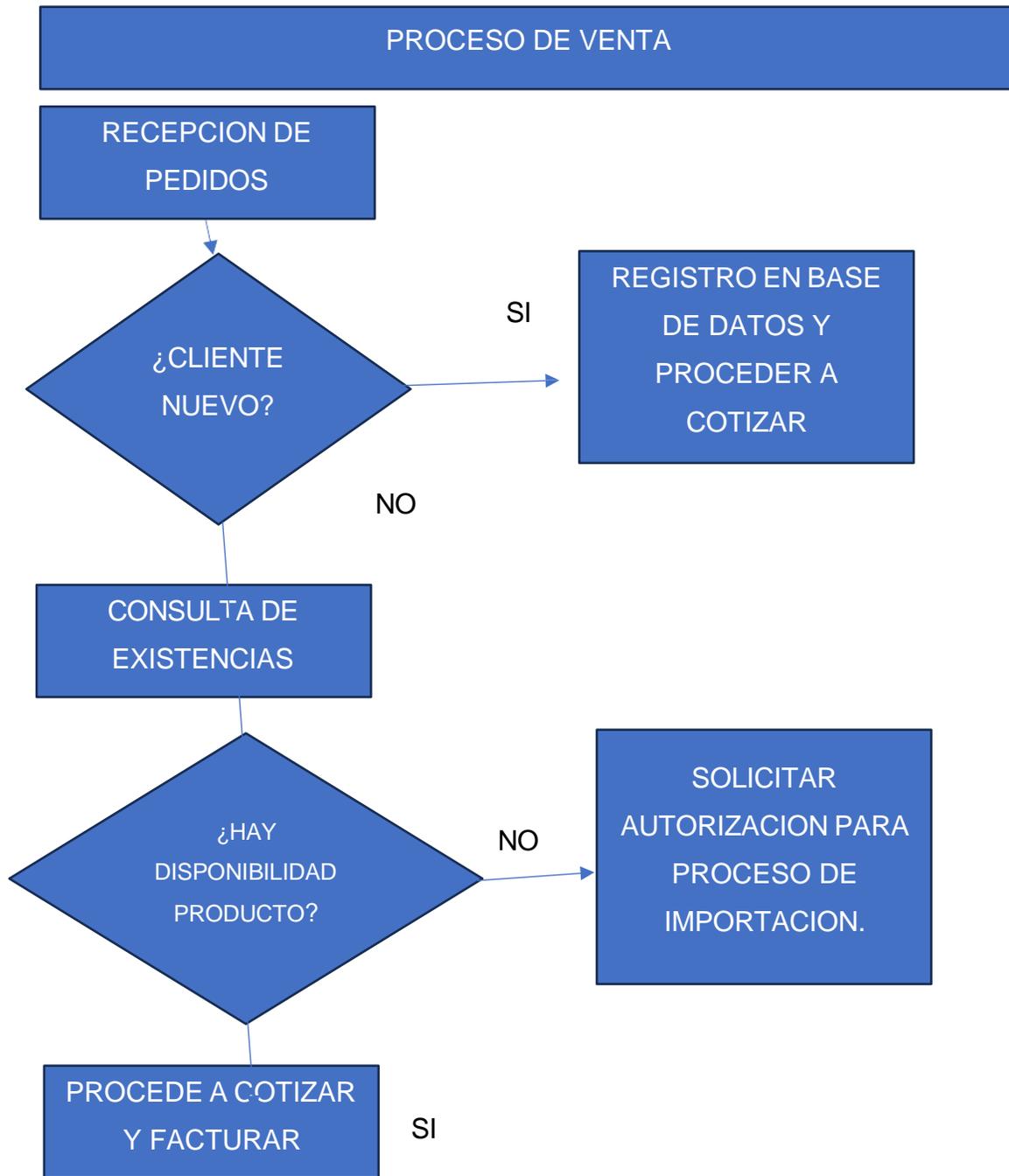
FASE III FACTIBILIDA TECNICA, FINANCIERA Y LEGAL

- La empresa es Limitada
- Tiene un régimen ante la SAT sobre ganancias y es agente retenedor
- ISR Trimestral

CAPACIDAD INSTALADA

Tiempo	Unidades	
1 día	1,448.00	galones en promedio
1 semana (5 días de producción)	7,240.00	galones en promedio
1 mes (20 días de producción)	28,960.00	galones en promedio
1 año (240 días de producción)	347,520.00	galones en promedio

FLUJOGRAMA DEL SERVICIO (VENTAS)

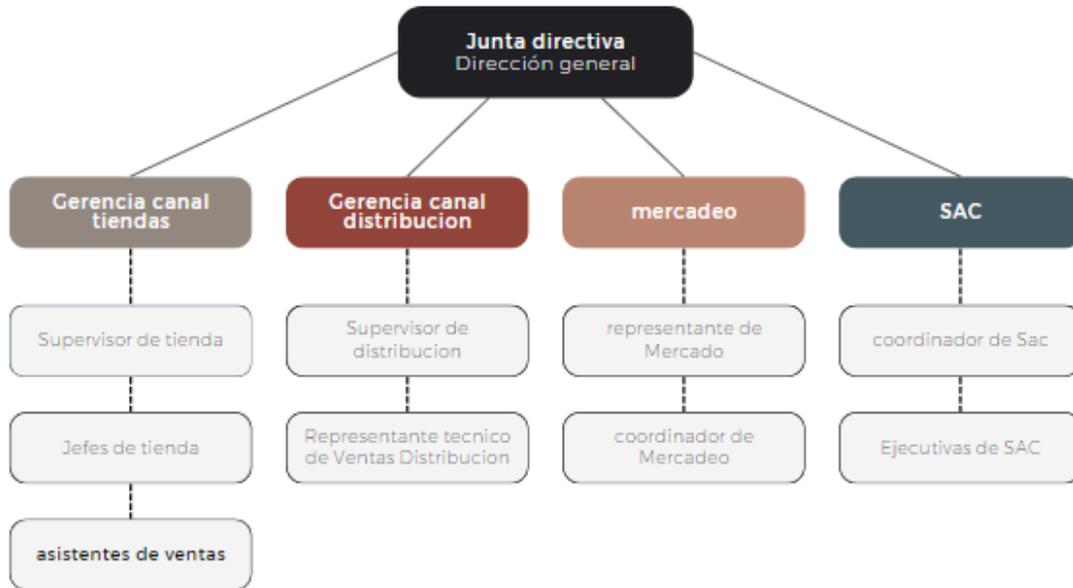


Flujograma elaborado por: Carlos Argueta

ORGANIGRAMA

Organigrama de empresa

Sherwin Williams de centro america



TIPO DE SOCIEDAD: Limitada

SUJETO AL REGIMEN: Por Utilidades

IVA: 12%



PERFILES DE PUESTOS

Supervisor de Distribución

[Regresar](#)

Guatemala

Descripción de Empleo

Planificar, organizar y coordinar las actividades de las operaciones de ventas al grupo de vendedores asignados bajo su responsabilidad, garantizando la implementación de una presencia de marca en los clientes asignados al grupo de vendedores. Desarrollar un modelo de visitas basados en rutas diarias de atención a clientes en puntos de ventas organizados por clientes o por zonas geográficas, así mismo fortalecer la competencia de relaciones comerciales con clientes asignados a su grupo de vendedores.

Requisitos

- Graduado a nivel universitario
- Experiencia en manejo de personal, grupo de vendedores, sucursales, tiendas retail
- Enfoque a resultados, orientación al servicio al cliente, excelentes relaciones interpersonales, entre otros
- Disponibilidad de realizar trabajo de campo y viajar al interior del país
- Poseer Vehículo propio

Ofrecemos

- Salario base más bono por cumplimiento de meta
- Seguro Médico y Seguro de Vida
- Cuota de combustible y depreciación de vehículo
- Prestaciones adicionales a las de ley
- Oportunidad de desarrollo profesional

Jefe de Tienda para ciudad capital

Guatemala

Tiendas

Descripción del puesto

Garantizar una efectiva gestión de ventas en el área geográfica de la tienda, procurando mantener una rentabilidad sostenible, a través de la dirección y control de su equipo de trabajo, actuando según guías de políticas y procedimientos de la compañía.

Requisitos:

- Ser graduado de Licenciatura en Administración de Empresas, Mercadeo, Ingeniería Industrial o carreras afines.
- Experiencia como líder de equipos de ventas, jefe de ventas o posiciones similares.
- Manejo de paquetes Office a nivel Avanzado.

Tipo de salario

Pago Quincenal

Tipo de jornada

Jornada Completa

AREA FINANCIERA

Costo variable unitario

Nombre de la empresa: **SHERWIN WILLIAMS DE CENTRO AMERICA**
 Nombre del emprendedor: **CARLOS ARGUETA**

COSTOS VARIABLES UNITARIOS POR PRODUCTOS

Producto 1: **Excello Latex Flexible**

Lista de compras

Insumo	Monto total de la compra	Unidad de medida	Para cuántos productos rinde la compra	Costo unitario
RESINA	Q 77.75	1	1.00	Q 77.75
SOLVENTES	Q 47.80	1	1.00	Q 47.80
ADITIVOS	Q 34.60	1	1.00	Q 34.60
PIGMENTO	Q 28.85	1	1.00	Q 28.85
Insumo 5				Q -
Insumo 6				Q -
Insumo 7				Q -
Insumo 8				Q -
Insumo 9				Q -
Insumo 10				Q -
Insumo 11				Q -
Insumo 12				Q -
Insumo 13				Q -
Insumo 14				Q -
Insumo 15				Q -
Insumo 16				Q -
Insumo 17				Q -
Insumo 18				Q -
Insumo 19				Q -
Insumo 20				Q -
Costo unitario por producto				Q 189.00

Costo Variables

Nombre de la empresa: **SHERWIN WILLIAMS DE CENTRO AMERICA**
 Nombre del emprendedor: **CARLOS ARGUETA**

FLUJO DE CAJA	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Promedio
COSTOS VARIABLES													
Costo variable unitario (NETO)	Q 677,376.00	Q 897,750.00	Q 735,866.00	Q 804,762.00	Q 924,210.00	Q 943,110.00	Q 1,115,100.00	Q 823,662.00	Q 683,046.00	Q 817,425.00	Q 1,103,949.00	Q 823,284.00	Q 862,470.00
Costo variable unitario (NETO)	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -
<p>La columna B9 tiene la formula de costo Variable unitario x la Cantidad de Producto Mes. Luego debe de trabajar a pienes cada mes. Analise la formula de columna B9 para trabajar el resto de las columnas</p>													
Total Costos Variables	Q 677,376.00	Q 897,750.00	Q 735,866.00	Q 804,762.00	Q 924,210.00	Q 943,110.00	Q 1,115,100.00	Q 823,662.00	Q 683,046.00	Q 817,425.00	Q 1,103,949.00	Q 823,284.00	Q 10,349,640.00



SHERWIN WILLIAMS

Costos fijos

Nombre de la empresa: **SHERWIN WILLIAMS DE CENTRO AMERICA**
 Nombre del emprendedor: **CARLOS ARGUETA**

FLUJO DE CAJA	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20
COSTOS FIJOS												
Recursos Humanos												
Vendedores (10)	Q 50,000.00											
Recepcionista	Q 3,500.00											
Gerente de Ventas	Q 25,000.00											
supervisor de ventas	Q 18,000.00											
Jefe de tienda	Q 8,500.00											
asistentes de ventas	Q 65,000.00											
Total RR.HH	Q 170,000.00											
Gastos Generales												
seguros de vehiculos	Q 35,000.00											
Energia Electrica	Q 5,000.00											
Gasolina	Q 35,000.00	Q 30,000.00										
Utiles de Limpieza	Q 5,000.00	Q 400.00										
Pago Celular Corporativo	Q 2,500.00											
Total Gastos Generales	Q 82,500.00	Q 72,900.00										
Marketing												
Publicidad y Promocion	Q 25,000.00	Q 25,000.00	Q 25,000.00	Q 16,000.00								
Total Marketing	Q 25,000.00	Q 25,000.00	Q 25,000.00	Q 16,000.00								
Total Costos Fijos	Q 277,500.00	Q 267,900.00	Q 267,900.00	Q 258,900.00								

TOTAL FIJOS Q 3,143,400

Ingresos

Nombre de la empresa: **SHERWIN WILLIAMS DE CENTRO AMERICA**
 Nombre del emprendedor: **CARLOS ARGUETA**

Proyecciones de Ventas	Mez 1	Mez 2	Mez 3	Mez 4	Mez 5	Mez 6	Mez 7	Mez 8	Mez 9	Mez 10	Mez 11	Mez 12
INGRESOS OPERACIONALES												
Producto												
Galon Excello Flexible	3,584.00	4,750.00	3,884.00	4,250.00	4,800.00	4,800.00	5,800.00	4,350.00	3,814.00	4,320.00	5,841.00	4,320.00
precio del producto												
Galon Excello Flexible	Q 375.00	Q 375.00	Q 375.00	Q 390.00	Q 390.00	Q 390.00	Q 390.00	Q 375.00				
Producto												
Galon Excello Flexible	Q 1,344,000.00	Q 1,781,250.00	Q 1,460,250.00	Q 1,632,000.00	Q 1,782,000.00	Q 1,782,000.00	Q 2,274,000.00	Q 1,634,250.00	Q 1,385,250.00	Q 1,621,875.00	Q 2,180,375.00	Q 1,632,000.00
Ingreso TOTAL	Q 1,344,000.00	Q 1,781,250.00	Q 1,460,250.00	Q 1,632,000.00	Q 1,782,000.00	Q 1,782,000.00	Q 2,274,000.00	Q 1,634,250.00	Q 1,385,250.00	Q 1,621,875.00	Q 2,180,375.00	Q 1,632,000.00

Estado de resultados

Objetivos específicos:

De venta: aumentar las ventas en un 10% mensual en relación al año anterior mediante promociones activas en mostrador y material pop, empezando del 1 de enero al 31 de diciembre del 2024.

Objetivo de posicionamiento:

Posicionar la marca de pintura Excello Flexible como la mejor opción para los consumidores que buscan una pintura resistente y duradera para superficies irregulares, esto se planea para tener resultado en los próximos 6 meses a partir del 1 de enero 2024.

Objetivo de producto:

Dar a conocer la pintura Excello Latex Flexible utilizando un plan de marketing que impacte al consumidor final en el lapso de un año empezando el 1 de enero al 31 de diciembre del 2024.

Objetivo de precio:

Se planea utilizar la estrategia de precios de prestigio en la cual consiste en mantener el precio alto, para así de esta manera el consumidor final se sienta atraído por la calidad de la pintura Excello Latex Flexible.

Objetivos de distribución:

El proceso de distribución que se empleara es la **distribución selectiva**, con esta estrategia se pretende darle más diferenciación y dar imagen de una pintura selecta y exclusiva manteniendo un stock de existencias mensuales para satisfacer la demanda.

Objetivo de comunicación:

El objetivo de comunicación que se planea es la de informar sobre los atributos de la pintura Excello Latex Flexible mediante una campaña publicitaria de persuasión.

ESTRATEGIAS COMPETITIVAS O DE MERCADO

ESTRATEGIA DE PRODUCTO

Se enfoca en la mercadotecnia más agresiva de los productos ya existentes (por ejemplo, mediante una oferta de precio más conveniente que el de la competencia y actividades de publicidad, venta personal y promoción de ventas bastante agresiva).

Estrategia:

El producto se dará a conocer mediante una campaña de publicidad nacional a través de medios digitales como redes sociales, Instagram, Tik Tok, Facebook y publicidad ATL.

Táctica:

Se pautará entre 2 y 4 veces al día en el horario nocturno para redes sociales, las vallas publicitarias colocaran por mes y será en puntos estratégicos como zonas exclusivas, así como también los afiches en las tiendas de la región.

EMBALAJE DE PRODUCTO

El pintura se almacena en un envase cilíndrico con un recubrimiento antioxidante para evitar el deterioro del producto.

Primario:



El producto se almacena en una caja de cartón en la cual se almacenan 4 galones, identificada con la marca Sherwin Williams

Segundario:



La base para el traslado de las cajas de pintura tiene una medida de 1200mm por 1200mm en las cuales se estiban 3 filas de cajas por 4 cajas en columna para hacer un total de 12 cajas por pallets.

Terciario:



MARGEN DE COMERCIALIZACIÓN

$$\text{Precio} - \text{Costo} = \text{Ganancia}$$

$$375 - 189 = 186$$

$$\left(\frac{\text{Ganancia}}{\text{Precio}} \right) * 100 = \text{Margen de comercialización}$$

$$\left(\frac{186}{375} \right) * 100 = 49.6$$

El margen de comercialización es del 49.6%

PRECIOS DE LA COMPETENCIA

Niveles de precios para los productos de los competidores indirectos:

EXCELLO LATEX FLEXIBLE
Q375.00

Precios a canales de distribución

Se detallan los distintos márgenes de ganancia del canal de distribución:

	Costo de venta Fabricante	Precio al Distribuidor	Precio al Consumidor final
Dolares	Q186	Q241.80	Q375.00
%	49.6%	30%	



CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Con este producto se realiza el canal de distribución de distribuidor y tienda propias.



ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

La estrategia de comunicación que se utilizara será mediante una estrategia de posicionamiento para asociarle al consumidor final los atributos positivos del producto utilizándolos para que creen valor en los consumidores, atrayéndolos con una estrategia de promocionales para incitar a la prueba de Excello Latex Flexible.



PROYECCION DE VENTAS

Nombre de la empresa: SHERWIN WILLIAMS DE CENTRO AMERICA
 Nombre del emprendedor: CARLOS ARGUETA

Proyecciones de Venta	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
INGRESOS OPERACIONALES												
Producto	Cantidad vendida											
Galon Excello Flexible	3,584.00	4,750.00	3,894.00	4,250.00	4,890.00	4,990.00	5,900.00	4,358.00	3,014.00	4,325.00	5,841.00	4,356.00
precio del producto												
Galon Excello Flexible	Q 375.00	Q 375.00	Q 375.00	Q 360.00	Q 360.00	Q 360.00	Q 360.00	Q 375.00				
Producto	Q											
Galon Excello Flexible	Q 1,344,000.00	Q 1,761,250.00	Q 1,460,250.00	Q 1,532,880.00	Q 1,760,400.00	Q 1,796,400.00	Q 2,124,000.00	Q 1,634,250.00	Q 1,355,250.00	Q 1,621,875.00	Q 2,190,375.00	Q 1,633,500.00
Ingreso TOTAL	Q 1,344,000.00	Q 1,761,250.00	Q 1,460,250.00	Q 1,532,880.00	Q 1,760,400.00	Q 1,796,400.00	Q 2,124,000.00	Q 1,634,250.00	Q 1,355,250.00	Q 1,621,875.00	Q 2,190,375.00	Q 1,633,500.00

La proyección de ventas se está trabajando desde el área financiera del proyecto en donde están los ingresos de la empresa.

MEZCLA DE COMUNICACIÓN (TACTICAS)

PUBLICIDAD

PRESUPUESTO DE MEDIOS

PRESUPUESTO DE MEDIOS PARA EL AÑO 2024													
MEDIO MENSUAL	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
10 PUBLICACIONES POR MES EN INSTAGRAM, FACEBOOK, TIKTOK.	1,260.00	1,260.00	1,260.00	1,260.00	1,260.00	1,260.00	1,260.00	1,260.00	1,260.00	1,260.00	1,260.00	1,260.00	15,120.00
250 AFICHES DE 33*48CM	657.50	657.50	657.50	657.50	657.50	657.50	657.50	657.50	657.50	657.50	657.50	657.50	7,890.00
PLAYERAS PROMOCIONALES 2000	21,225.00	-	-	21,225.00	-	-	21,225.00	-	-	21,225.00	-	-	84,900.00
GORRAS PROMOCIONALES 2500	28,312.50	-	-	28,312.50	-	-	28,312.50	-	-	28,312.50	-	-	113,250.00
LAPICEROS PROMOCIONALES 10000	4,500.00	-	-	4,500.00	-	-	4,500.00	-	-	4,500.00	-	-	18,000.00
PACHONES PROMOCIONALES 2500	9,375.00	-	-	9,375.00	-	-	9,375.00	-	-	9,375.00	-	-	37,500.00
VALLA PUBLICITARIA DE 6*3MTS MENSUAL	6,000.00	6,000.00	6,000.00	-	-	6,000.00	6,000.00	-	-	6,000.00	6,000.00	6,000.00	48,000.00
TOTAL DE MENSUAL	71,330.00	7,917.50	7,917.50	65,330.00	1,917.50	7,917.50	71,330.00	1,917.50	1,917.50	71,330.00	7,917.50	7,917.50	324,660.00

RACIONAL DE MEDIOS

AÑO 2023	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE					
SEMANA	s1	s2	s3	s4	s1	s2	s3	s4	s1	s2	s3	s4	s1	s2	s3	s4	s1	s2	s3	s4	s1	s2	s3	s4	s1	s2	s3	s4
10 PUBLICACIONES POR MES EN INSTAGRAM, FACEBOOK, TIKTOK.	1p	4p	1p	4p	1p	4p	1p	4p	1p	4p	1p	4p	1p	4p	1p	4p	1p	4p	1p	4p	1p	4p	1p	4p	1p	4p	1p	4p
250 AFICHES DE 33*48CM	125				125				125				125				125				125				125			
PLAYERAS PROMOCIONALES 2000	500								500				500								500							
GORRAS PROMOCIONALES 2500	625								625				625								625							
LAPICEROS PROMOCIONALES 10000	2500								2500				2500								2500							
PACHONES PROMOCIONALES 2500	625								625				625								625							
VALLA PUBLICITARIA DE 6*3MTS MENSUAL	valla				valla				valla				valla								valla				valla			

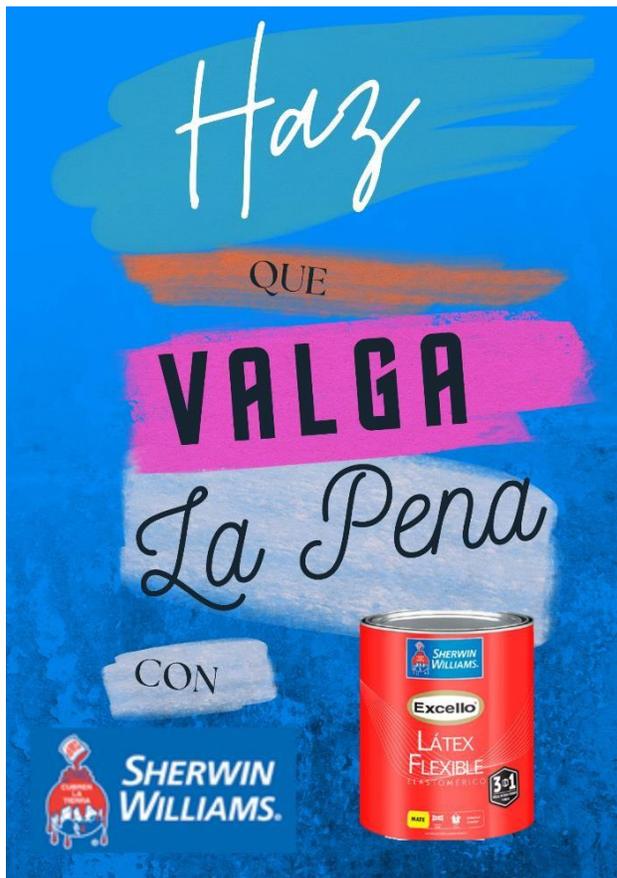


**SHERWIN
WILLIAMS.**

PIEZAS PUBLICITARIAS

basándonos en el enfoque a ventas se pretende lanzar una promoción de super dúo para facilitar un ahorro al consumidor final y que obtenga beneficio garantizado.

AFICHES



PLAYERAS



GORRAS



PACHONES, LAPICEROS



REDES SOCIALES

Dar doble clic para ver el video

Reels en Instagram



Historia instagram
crecimiento redes so

LinkedIn



The image shows a screenshot of the Sherwin-Williams LinkedIn profile page. At the top is a banner image featuring two cans of 'Excelto LATEX FLEXIBLE' paint, a 'SUPER DUO' logo, and the slogan 'CREA LO MEJOR DE TI'. Below the banner is the company logo 'SHERWIN WILLIAMS.' and the name 'Sherwin-Williams'. The tagline reads 'Discover a career where you can Create Your Possible™'. Below this, it states 'Fabricación de productos químicos · Cleveland, OH · 510.464 seguidores · Más de 10.001 empleados'. A notification says 'ACABADOS sigue esta página'. There are three buttons: '+ Seguir', 'Ir al sitio web', and 'Más'. At the bottom, a navigation bar includes 'Inicio', 'Acerca de', 'Publicaciones', 'Empleos', 'Vida en la empresa', and 'Personas'.



SHERWIN
WILLIAMS®

Perfil WhatsApp Business



-  Carlos Argueta 
-  Otra categoría 
-  Sherwin Williams 
-  Av. Petapa 4018, Cdad. de Guat... 

VALLAS PUBLICITARIAS Y MUPIS



**SHERWIN
WILLIAMS.**





**SHERWIN
WILLIAMS.**



RECOMENDACIONES

- Para el relanzamiento de la pintura Excello Latex Flexible, se recomienda lo siguiente:

Producto:

Presentamos los atributos más destacables de la línea de pintura flexible con una fórmula mejorada que garantiza una mayor flexibilidad y durabilidad en una variedad de superficies, incluyendo sustratos como concreto, stucco, tabla yeso, Gypsum. etc.

- Marketing:

Realizar demostraciones en vivo para que el consumidor tenga la credibilidad de aplicación en diferentes superficies, destacando su resistencia, flexibilidad y durabilidad en comparación con otras pinturas.

- Ventas:

Ofrecer muestras de pintura Excello Latex Flexible a contratistas, arquitectos, decoradores, ingenieros para que ellos puedan tener una perspectiva más clara de los beneficios de la pintura Excello Latex Flexible y accedan a utilizarla en proyectos industriales o residenciales.

Implementar promociones especiales en línea y en tiendas físicas para incentivar la compra de Excello Latex Flexible, como descuentos por la compra de múltiples colores o tamaños.

- Posicionamiento:

dar seguimiento al plan de marketing logrando los objetivos planificados en los diferentes medios publicitarios manteniendo una buena posición en el mercado.

- Medición:

Medir el éxito del relanzamiento a través del aumento en las ventas de Excello Latex Flexible en los primeros 3 meses, con el objetivo de lograr un incremento del 15% en comparación con las ventas anteriores.

- De precio:
validar que el precio de la pintura Excello Latex Flexible no se vea comprometido y lograr mantener el prestigio de la marca mediante la estrategia de precios de prestigio.
- De distribución:
validar que las promociones de la pintura Excello Latex Flexible estén bien exhibidas y asegurándose de que el inventario es el ideal para atender la demanda.

Al seguir estas recomendaciones, se espera que el relanzamiento de la pintura "Excello Latex Flexible" sea exitoso, atrayendo a nuevos clientes y consolidando su posición en el mercado de pinturas Flexibles para varios tipos de superficies.

CONCLUSIONES

Las conclusiones para el relanzamiento de la pintura Excello Latex Flexible serían las siguientes:

- Identificación de mercado objetivo:
Es importante identificar claramente el mercado objetivo para la pintura Excello Latex Flexible, centrándose en las necesidades y preferencias de los consumidores que buscan una pintura resistente y duradera para superficies propensas a irregularidades.

- **Desarrollo de producto:**
Basándose en la investigación de mercado, se debe desarrollar una fórmula mejorada de pintura Excello Latex Flexible que garantice una mayor flexibilidad y durabilidad en una variedad de superficies.
- **Estrategias de marketing:**
Se deben implementar estrategias de marketing que destaquen las características únicas de la pintura Excello Latex Flexible, como su capacidad para adaptarse a superficies irregulares sin agrietarse ni pelarse. Esto puede incluir demostraciones en vivo, muestras a arquitectos, diseñadores, etc.
- **Medición de resultados:**
Para evaluar el éxito del relanzamiento, se debe medir el aumento en las ventas de la pintura Excello Latex Flexible en un período de tiempo específico iniciando en los primeros 3 meses con el objetivo de lograr un incremento significativo que demuestre la efectividad de las estrategias implementadas.

Referencias

COMPANY, S. W. (2020). *SERWINCA*. Obtenido de <https://www.sherwinca.com/sobre-nosotros/corporativo/>

FORBES. (01 de 07 de 2020). *CENTROAMERICA FORBES*. Obtenido de LAS CIFRAS DE LA INDUSTRIA: <https://forbescentroamerica.com/2020/07/01/las-cifras-de-la-industria-en-el-empleo-y-la-produccion-en-guatemala-y-como-reactivar-la-economia>

PLATZI. (2020). *PLAN DE MARKETING*. Obtenido de https://platzi.com/blog/plan-de-marketing-10-pasos/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=20290685455&utm_adgroup=&utm_content=&&gad_source=1&gclid=CjwKCAiA9dGqBhAqEiwAmRpTC_nAVRqBa7h3TA98KpplAFaBfC-X825FwOAwa_osi72zelwkCXYy_BoC_A0QAvD_BwE&gclsrc=

REYES, L. R. (2019). *SEMINARIO DE MERCADOTECNIA*. SERVIPRENSA, S.A.



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

IDEA

Guatemala, 11 de Julio de 2024

Señores:
Universidad Galileo
IDEA
Presente.

Por este medio de la presente YO Carlos Alfredo Argueta Montepeque que me identifico con número de carné 20002755 y con DPI 2194944280101 actualmente asignado (a) en la carrera: Licenciatura en tecnología y administración de la mercadotecnia

"Autorizo a Instituto de Educación Abierta (IDEA) a la publicación, en el Tesario virtual de la Universidad, de mi proyecto de Graduación titulado:"

"Relanzamiento de la pintura Excello Latex Flexible de

Sherwin Williams, iniciando el 1 de enero al 31 de
diciembre 2024

Como autor (a) del material de la investigación sustentada mediante el protocolo de IDEA.

Expreso que la misma es de mi autoría y con contenido inédito, realizado con el acompañamiento experto del coordinador de área y por tanto he seguido los parámetros éticos y legales respecto de las citas de referencia y todo tipo de fuentes establecidas en el Reglamento de la Universidad Galileo

Sin otro particular, me suscribo.

F. _____