

RESUMEN

A medida que el tiempo avanza y las civilizaciones se modernizan, algunos negocios crecen y otros desaparecen, pero esto depende de la evolución y la adaptación de los mismos, puesto que únicamente las empresas que puedan actualizarse según el medio de competencia y las necesidades humanas sobrevivirán y progresarán.

La presente investigación se desarrolla en el sector Metal Mecánico del municipio de San Salvador, ya que esta área de la industria es de gran importancia para el desarrollo de la mayoría de actividades de otras empresas con distinta actividad económica. Se dice que esta obtuvo su mayor impulso en El Salvador en 1960, a raíz de los proyectos de construcción que el Estado estaba incluyendo en sus planes de gobierno con el fin de orientar la economía del país hacia la industrialización, es por ello que surgen un gran número de talleres y empresas que se dedicaron a ejercer dichas actividades.

El presente estudio se trabaja con la pequeña empresa del mencionado sector y toma como caso práctico la compañía INDUSTRIAS READI S.A DE C.V., el método utilizado es el deductivo el cual permite definir características particulares de premisas generales; para realizar la recolección de datos se utiliza una muestra de once entidades con el fin de obtener información del ambiente competitivo e interno entre las firmas que se encuentran dentro del área delimitada, a la vez se realiza una encuesta a doscientos clientes para evaluar el ambiente externo de las empresas.

Al realizar la interpretación de datos se determinó entre los aspectos más importantes deficiencia en la filosofía empresarial, falta de planificación Estratégica y de métodos publicitarios que acrecentar la demanda de los productos y servicios, así como capacidad instalada con mayor productividad al

nivel de ventas actuales, equipos y medios de transporte eficaces para distribuir pero malos tiempos de entrega y deficiencias en el servicio al cliente entre otros; por estas razones se recomienda que se creen áreas de mercadeo y ventas con el fin de que estas realicen los planes estratégicos de comercialización que incluyan formas de publicidad efectivas para que las empresas se posicionen en la mente de los consumidores y mediante la variedad de estrategias que se proponen incrementar las ganancias de las organizaciones.

Así también se ofrece la implementación de un plan de capacitación para mejorar el desempeño de los vendedores y con esta inversión tener empleados preparados que estimulen el crecimiento de la entidad.

Finalmente se presenta los costos de implementación del plan numéricamente y por supuesto se recomienda la evaluación y control del mismo puesto que la no aplicación provocaría la ejecución incierta del plan al no percibir cuando este fallando y por ende no se podrá corregir en el momento oportuno, es decir no brindara los resultados esperados.

INTRODUCCION

El mundo moderno está evolucionando continuamente y las empresas deben adaptarse de una manera ágil y adecuada a las cambiantes exigencias de un mercado que día a día es más competitivo, ya que son ellas quienes compiten realmente en los mercados y necesitan para comprender la competencia un análisis exhaustivo del entorno en donde se desenvuelven.

El sector metal mecánico es uno de los ejes principales de la economía del país, ya que tiene una incidencia directa en la producción y el nivel de vida de los habitantes.

Debido a la importancia que tiene el sector metal mecánico es primordial realizar un diagnóstico que permita determinar la situación actual del mismo, para poder brindarle herramientas que faciliten su funcionamiento.

El Presente trabajo contiene una recopilación de los temas que conforman el marco teórico del capítulo I de la investigación que se realiza en la Pequeña empresa del sector Metal Mecánico del municipio de San Salvador con el fin de diseñar un Plan Estratégico de Comercialización para incrementar la demanda de los productos que elabora.

Durante el desarrollo de una investigación es importante conocer a sus participantes y el contexto en el que se desempeñan, razón por la cual se detallan las generalidades del sector metal mecánico, así también los diferentes aspectos que definen a la pequeña empresa.

Por otro lado se presenta una reseña de la organización INDUSTRIAS READI S.A. DE C.V., que es el sujeto de estudio, bajo el cual se caracterizara a la pequeña empresa. También se incluye la teoría que define la demanda, la comercialización, la planeación estratégica de comercialización y

su determinado proceso, la mezcla de mercado, el plan operativo, y el plan táctico, el plan estratégico entre otros, convirtiéndose en la base bibliográfica de los diferentes procedimientos a realizar.

Posteriormente se presenta el método y los instrumentos de recolección de datos, que permitieron obtener la información para elaborar el diagnóstico situacional de aspectos internos y externos de la entidad, lo que permitió llevar a cabo las conclusiones y recomendaciones del sector metal mecánico del municipio de San Salvador.

A continuación observaremos los elementos considerados durante la realización del diseño del plan de comercialización, que contribuirá al incremento de la demanda de los productos elaborados por las entidades en estudio, así mismo se darán a conocer las diferentes estrategias propuestas conforme a los factores encontrados en el análisis efectuado en el capítulo II, donde se realizó el respectivo trabajo de campo; de este modo se concretizan todas esas deficiencias determinantes en la disminución de las ventas que las organizaciones poseen y dieron a conocer al momento de ser entrevistados y censados.

Es así como se han tomado los resultados del diagnóstico realizado como base y en conjunto con la teoría que se recopiló en el capítulo I de esta investigación, se presenta un plan de comercialización que brindará a las firmas seleccionadas una mejor perspectiva en el área de mercadeo de sus productos y servicios.