

PROPUESTA

COMERCIALIZACION DE ACEITES MONOGRADOS PARA EL
PARQUE AUTOMOTOR DE LA CIUDAD DE
BARRANQUILLA

HENRY CERVANTES QUIROZ

LUIS MEZA CAPERA

UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR

INGENIERIA COMERCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

BARRANQUILLA

2002

1. TEMA

ACEITES MONOGRADOS

2. TITULO

Comercialización de aceites monogrados para el parque automotor de la ciudad de Barranquilla.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

De acuerdo a lo observado en el mercado actual, se busca la implementación de una serie de estrategias y políticas con unos estándares de calidad con el fin de ofrecer una verdadera alternativa en la industria del aceite monogrado.

En cuanto a la presentación, el producto contara con unas modificaciones en el envase, ya que este será transparente con un medidor de contenido, tapa con sello de seguridad, tabla de recomendaciones o aplicación y por último la inclusión de la marca propia, esto en cada uno de los formatos tales como : $\frac{1}{4}$ galón, pimpina (5 galones) y tambor de 55 galones.

Su comercialización estaría encaminada con la distribución en estaciones de servicios y empresas de transporte terrestre, en su calidad de canales mayoristas; de igual manera, los tecnicentros, lavado y engrase, almacenes de repuestos y talleres automotriz, serán los canales minoristas intermediarios.

La exhibición estará en los puntos estratégicos ubicados en los canales mayoristas, estos puntos son denominados islas o zonas de abastecimiento de

combustible, góndolas en las bodegas o almacenes de empresas transportadoras; paralelamente los intermediarios minoristas servirán como otro escenario para mostrar el producto.

La fuerza de venta, representada por un grupo de personas tendrá a su cargo la responsabilidad de atender los canales de distribución mayorista y minorista, ofreciendo el producto, monitorear su rotación y el cumplimiento de sus cuotas de ventas.

4. JUSTIFICACIÓN

En el siguiente proyecto se plasmaran las bases para llegar a crear una empresa comercializadora de aceites monogrados en la ciudad de Barranquilla y la importancia de aplicar un mejoramiento en la presentación final del producto y el desarrollo de canales distribución para su comercialización, de esta forma las fuentes de información tales como: libros, enciclopedias, folletos, manuales, paginas de Internet, tesis y trabajos investigativos serán los principales elementos teóricos que se consultaran para tener un conocimiento profundo de los aceites lubricantes monogrados, de aquí su importancia, simultáneamente las entidades educativa a través de sus bibliotecas serán los escenarios para conseguir lo requerido. A su vez , el presente brinda la oportunidad de aplicar todos los conocimientos adquiridos durante el transcurso de la carrera Ingeniería Comercial y obtener el título que acredita como profesionales en el campo de las Ventas, Mercadeo y Publicidad; por lo tanto también servirá como documento de carácter científico para la industria del aceite monogrado en Barranquilla y la costa Atlántica.

5. OBJETIVO PROVISIONAL

Crear una empresa que se dedique a la comercialización de aceites lubricantes de carácter monogrados en la ciudad de Barranquilla, aplicando un mejoramiento en la presentación final del producto y el desarrollo de canales de distribución que servirán de escenarios para la exhibición del mismo.

6. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente estudio es de carácter descriptivo porque ayuda a demostrar los aspectos mas relevantes e importantes del fenómeno planteado.

7. POSIBLES COLABORADORES

- Rafael Duran : Sociólogo, Especialista en Gerencia de Proyectos Educativos y Gerencia Estratégica de Mercadeo.
-

8. RECURSOS DISPONIBLES

INSTITUCIONALES

- Biblioteca Universidad Autónoma del Caribe
- Biblioteca Universidad del Atlántico
- Biblioteca Universidad Simón Bolívar

MATERIALES

- Borrador
 - Computador – Internet
 - Documentos publicados en páginas web
 - Enciclopedias
 - Folletos
 - Fotocopias
 - Hojas
 - Lápiz – Bolígrafo
 - Libros
-

- Revistas
- Tesis

A nivel financiero se cuenta para este proyecto con la suma de \$5.000.000,00 repartido entre los integrantes del grupo.

BIBLIOGRAFÍA

ARGUMEDO, Rafael y LINARES, Henry. Origen y Propiedades del Petróleo en Colombia. Barranquilla, 1989, p 6. Tesis de Grado. Universidad Autonoma del Caribe.

Ciencia y Tecnología. Segunda Edición. Mc Graw Hill.

Ciencia y Tecnología. Tomo III. Enciclopedia Temática de Química.

Ciencia y Tecnología. Tomo VIII. Enciclopedia Salvat.

Enciclopedia Vox 4. Tomo IV.

Europa Americana. Tomo XXXI. Enciclopedia Universal Ilustrada.

GILLESPIE, Manley y PERNA, Di. Marking Lube Oil. 1978.

Gran Enciclopedia Rialp, Tomo XIV

[Http/franquicia pemex.com/octanaje/21nest.htm](http://franquicia.pemex.com/octanaje/21nest.htm)

PETROX S.A. Complejo Industrial. Folleto p 4.

REFINERÍA DEL PETRÓLEO. Manual de Procesos Químicos en la Industria. 1982

ROSAS Jose, RODRIGUEZ Nicolas y SILVA Alberto. Aceites Lubricantes.

SCIENCIE OF PETROLEUM. Vol. I, p 52. New York. 1938.

www.api.com



ANTEPROYECTO

COMERCIALIZACION DE ACEITES MONOGRADOS PARA EL
PARQUE AUTOMOTOR DE LA CIUDAD DE
BARRANQUILLA

HENRY CERVANTES QUIROZ

LUIS MEZA CAPERA

UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR

INGENIERIA COMERCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACION

BARRANQUILLA

2002

**COMERCIALIZACION DE ACEITES MONOGRADOS
PARA EL PARQUE AUTOMOTOR DE LA
CIUDAD DE BARRANQUILLA**

TABLA DE CONTENIDO

	Página
1. FORMULACION DEL PROBLEMA	1
2. JUSTIFICACIÓN	2
3. OBJETIVOS	4
3.1 OBJETIVO GENERAL	4
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	4
4. MARCO TEORICO	6
4.1 MARCO HISTORICO	13
4.2 MARCO CONCEPTUAL	16
5. ASPECTO METODOLOGICO	18
5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	18
5.2 METODO	19
5.3 TECNICAS	20
5.4 FUENTES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS	21
6. POSIBLES COLABORADORES	22
7. RECURSOS DISPONIBLES	23
8. CRONOGRAMA	25

BIBLIOGRAFIA

1. FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cómo comercializar el aceite monogrado, modificando los sistemas de distribución, presentación y exhibición se obtendrán estándares de calidad?

¿Cómo una presentación modificada del aceite monogrado puede ayudar a la obtención de altos niveles de calidad para su comercialización?

¿Cómo exhibir el aceite monogrado modificando los sistemas actuales para obtener altos estándares de calidad en su comercialización?

¿Cómo desarrollar canales de distribución, modificando los sistemas actuales en busca de conseguir una mejor comercialización del aceite monogrado?

2. JUSTIFICACIÓN

En el siguiente proyecto se plasmaran las bases para llegar a crear una empresa comercializadora de aceites monogrados en la ciudad de Barranquilla y la importancia de aplicar un mejoramiento en la presentación final del producto y el desarrollo de canales distribución para su comercialización, de esta forma las fuentes de información tales como: libros, enciclopedias, folletos, manuales, paginas de Internet, tesis y trabajos investigativos serán los principales elementos teóricos que se consultaran para tener un conocimiento profundo de los aceites lubricantes monogrados, de aquí su importancia, simultáneamente las entidades educativa a través de sus bibliotecas serán los escenarios para conseguir lo requerido. A su vez, el presente brinda la oportunidad de aplicar todos los conocimientos adquiridos durante el transcurso de la carrera Ingeniería Comercial y obtener el título que acredita como profesionales en el campo de las Ventas, Mercadeo y Publicidad; por lo tanto también servirá como documento de carácter científico para la industria del aceite monogrado en Barranquilla y la Costa Atlántica.

De esta forma los escritos publicados en las paginas de Internet por expertos entendidos en la materia servirán como bases teóricas para apropiarnos profundamente al origen y el proceso de comercialización de los aceites lubricantes de carácter monogrado.

La consulta en libros, enciclopedias, tesis y trabajos realizados también son de mucha importancia ya que fortalecen y enriquecen los conocimientos que se necesitan para un optimo desarrollo de la temática propuesta.

En términos concretos, todo lo que se obtenga a nivel teórico, va a ser de mucha relevancia para poder formar un buen marco que sirva de referencia para la cristalización de la temática propuesta y nos ayuda a tener un conocimiento sólido, profundo y tautológico del aceite monogrado.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVOS GENERALES

Crear una empresa que se dedique a la comercialización de aceite lubricantes de carácter monogrado en la ciudad de Barranquilla, presentando una serie de modificaciones en su presentación, exhibición y canales de distribución en comparación con los sistemas vigentes en el mercado.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Crear para cada uno de los formatos un diseño en su presentación que incluya una serie de modificaciones en su envase, etiqueta y sobre todo la inclusión de una marca.

 - Exhibir aceite monogrado en cada uno de los puntos estratégicos ubicados en los canales de distribución sean mayoristas y minoristas.
-

- Comercializar el aceite monogrado en estaciones de servicio, empresas de transporte terrestre, tecnicentros, lavados y engrases, almacenes de repuestos y talleres autimotiz, que en consecuencia se convierten en canales de distribución tanto mayoristas como minoristas.

 - Diseñar una fuerza de ventas idónea que se dedique a la rotación del producto en cada uno de los canales de distribución y ejecutar todos los lineamientos de un buen servicio al cliente y servicio post-venta.
-

4. MARCO TEORICO

En primera instancia para hablar de aceite lubricantes se tiene que hacer un pequeño esbozo del origen de estos, mas exactamente del origen y evolución del petróleo, su refinación, derivados y aceites lubricantes.

La tesis realizada y presentada en el año de 1989 por estudiantes de la facultad de comunicación social de la Universidad Autónoma del Caribe en la ciudad de Barranquilla descifra el significado real de la palabra petróleo, que proviene del latín *petra* = piedra y de *oleum* = aceite, así mismo reseña que los verdaderos principios ¿ pudieran tal vez encontrarse en el reino animal, vegetal o mineral o en los tres por igual, En este estudio se le otorga importancia a los conceptos establecidos por algunos biólogos los cuales afirman que el petróleo pudo haberse formado por la descomposición de plantas y animales marinos acumulados y comprimidos en formaciones rocosas.

Esta teoría guarda mucha similitud con un antecedente publicado en el año de 1938, del libro "Ciencia del Petróleo", donde sostienen que ² cualquier materia orgánica se puede convertir en petróleo en condiciones favorables, al mismo

¹ Tesis de Rafael Argumedo y Henry Linares, Estudiantes U.A.C.

² Libro Ciencia del Petróleo, Vol I, 1938, p. 52.

tiempo resalta que el petróleo se formo con materia orgánica cerca de la orilla del mar y en depósitos marinos deficientes en oxígenos y asociados con minerales convertidos y bajo la presión de rocas con propiedades similares,

Estas dos teorías guardan relación en sus conceptos y contenidos, ya que lo mas en común acerca del origen del petróleo, se basa en los yacimientos descompuestos de plantas y animales marinos comprimidos entre las rocas.

El documento presentado en el año de 1938 con reformas en 1978 plasma que a la Ingeniería Química y el procesamiento del petróleo han crecido juntos, las primeras refinerías empleaban alambiques intermitentes que tenían pequeños cilindros horizontales con muy poca o casi ninguna destilación diferencial para separar los componentes de un condensador.

Para hablar directamente del proceso de refinación hay que resaltar que los petróleos crudos varían mucho y cada tipo requiere diferentes procedimientos de refinación en términos generales y sencillos este procedimiento lo describe la Dra. Berta Morris así: El petróleo crudo se calienta hasta que llega a convertirse en vapor, que se envía a una torre elevada de destilación. Aquí el vapor mas ligero sube hasta el punto mas alto y el mas pesado se queda en la parte baja de la

torre. Después, se enfrían esos vapores; unos permanecen en estado gaseoso, otros regresan a su estado líquido. Así se obtiene, en forma escalonada y de acuerdo con su densidad. Su orden real es: gas natural y gases licuables, ambos combustibles domésticos, gasolina para automóviles y aviones y keroseno ó petróleo para alumbrado, gaseleo ó combustible para motores diesel, **aceites lubricantes**, vaselina, parafina y asfalto.

4 Un lubricante gas, líquido o sólido es utilizado para suavizar el contacto entre piezas que estén en movimiento relativo por lo tanto reduce la rugosidad o fricción y el desgaste. El lubricante también sirve para prevenir la oxidación y la deposición de sólidos en piezas de ajuste exacto. Al respecto otros postulados no están muy aislados de esta definición ya que determinan que es un 5 producto líquido, sólido o gaseoso que se utiliza para impedir el contacto directo de las piezas en movimiento relativo de un sistema mecánico y reducir los fenómenos de frotamiento y desgaste de igual manera el lubricante contribuye a evitar la herrumbre y la deposición de sólidos en las zonas de mayor ajuste de las maquinas, por consiguiente los aceites lubricantes de alta calidad se pueden obtener fácilmente a partir de petróleos de base PARAFINICA, pero la mayor parte de los petróleos son de base mixta o naftenica y se requiere de refinación con disolventes para producir lubricantes de buena calidad.

4 Lubricante, Ciencia y Tecnología. Mac Graw Hill, 2da Edición, P. 1278.

5 Ciencia y Tecnología. Enciclopedia Salvat, Torno 8, p. 97.

Los aceites lubricantes multigrados son aquellos que reúnen una serie de aditivos que le imparten o mejoran algunas propiedades a los aceites básicos. Para el desarrollo del proyecto se va a descartar el aceite multigrado y todas las fuerzas se centran en un aceite con base parafinica o aceite monogrado que es aquel que no lleva aditivos y ϵ son utilizados por situaciones especiales, como por ejemplo, si un motor tiene problemas de compresión (gasta mucho aceite), y cuenta con un automóvil con un motor muy gastado, radicando y manejándolo en una zona de muy alta temperatura, teoría esta, que se acomoda a nuestro futuro escenario de operaciones que es Barranquilla y la Costa Atlántica por las situaciones y grado climatológico existentes ya que en un clima frío se reduce a un flujo lento en el arranque, que provoca un desgaste en las partes metálicas en movimiento, aun así, existen muchos motores que necesitan de un aceite monogrado.

Un aceite lubricante presenta una cualidad esencial que es su viscosidad o la viscosidad definida como el grueso del aceite. Estudios realizados por el Instituto Americano de Petróleo, que a su vez con su clasificación representada en un símbolo que deben ostentar todos los envases de las compañías que comercializan seriamente productos lubricantes, ponen de manifiesto γ que las fracciones de petróleo crudo están constituidas por hidrocarburos poliaromaticos, heterocompuestos con azufre, nitrógeno y oxígeno y materiales asfálticos, En los

aceites terminados son preferibles las combinaciones libres de parafinas sólidas ya que con ellas se logra una a la oxidación, sin embargo en un principio se utilizaba para la fabricación de lubricantes los llamados crudos parafínicos.

8 La viscosidad es un factor determinante para la selección de un lubricante. En general, las máquinas están proyectadas para que puedan trabajar con lubricantes de la viscosidad más baja posible, ya que los fluidos más ligeros son los que producen menor fricción y velocidades de transmisión de calor más altas. Sin embargo, cuando las cargas o las temperaturas son elevadas, se necesitan lubricantes más viscosos y menos volátiles. La variación de la viscosidad con la temperatura es de considerable importancia práctica y se acostumbra expresarla en función del índice de viscosidad, escala arbitraria en la cual a un aceite procedente de un crudo de Pensylvania, rico en compuestos saturados y combinaciones monoaromáticas, se le asigna un valor 100, mientras que los aceites que contienen cantidades relativamente grandes de hidrocarburos cíclicos, tanto aromáticos como parafínicos (obtenidos a partir de crudos nafténicos) quedan situados entre los valores 0 y 50 de la escala.

En conclusión, muy a pesar que las empresas hoy en día fabrican y se inclinan por la elaboración y comercialización de un aceite multigrado aun existen motores

acondicionados para utilizar un aceite para temperaturas altas como el monogrado y de igual manera sirven para reducir la fricción de un motor en desgaste.

Por su composición y función el lubricante es la sangre del motor de hecho toda las teorías aquí consignadas, implícitamente interpretan este grado de importancia porque se habla de su origen, composición viscosidad y función.

Para hablar de la comercialización automáticamente se le tiene que brindar importancia a lo conseguido y edificado por la empresa ESSO en Sur América ya que en 1911 con la llegada del velero "Hall", cargado con latas de nafta y kerosene, comienzan las actividades de la entonces Standard Oil Company en Argentina. En ese mismo año comienza a refinar sus productos en la refinería de Campana, que compraría a fines de ese año a un consorcio auto húngaro. En esa época el parque automotor era de aproximadamente 7.000 automóviles. La operación comenzó no solo en Argentina, también en Paraguay y Uruguay, a la vez se comienza en firme la producción en grasas lubricantes y las empresas del grupo Standard Oil Company actuaban en todas las etapas de la industria, extracción transporte, refinación y comercialización.

En esta compañía la representación estaba dada por 49 sucursales de venta, 1.700 agencias y 4 refinerías además pone en venta el lubricante ESSOLUBE e incorpora la línea lubricante ESSO motor Oil, estos son de carácter monogrado, que según lo expresado y publicado por ¹⁰ Olinto J. Quevedo, Gerente de PDV, en el país de Venezuela, sostiene que de la demanda total, el 70% lo ocupan aceites para uso automotor, 40% los lubricantes y aceites monogrados con la mayor venta.

La cadena de comercialización PDV esta conformada por 100 distribuidores que llevan el producto a hipermercados, estaciones de servicios y centros de lubricación de aquí pasa al usuario, siendo esta una figura a nivel comercial que se ha adoptado para aplicarla en el proyecto, obviamente adaptada al mercado Barranquillero.

¹⁰ <http://www.automotriz.net/articulos/lubricantes.html>

4.1 MARCO HISTORICO

Al hablar de Aceites o Lubricantes necesariamente tenemos que ubicarnos en el origen del Petróleo, sobre todo, centrarnos en su proceso de refinación o refinación, de hecho los Aceites Lubricantes son el resultado de todo este engranaje, anteriormente eran denominados fracciones destinadas al petróleo.

Químicamente es una mezcla de muchos hidrocarburos gaseosos, líquidos, sólidos que pueden separarse por destilación separada y de la que se obtienen aceites ligeros (gasolina), y petróleo refinados que dan residuos de vaselina, parafina, asfalto, y aceites pesados.

En Sur América en 1926 se inicia la producción de grasas lubricantes y la comercialización de un producto cuya marca haría historia entre los insecticidas hogareños : el flit .

1933 : en este año las distintas empresas del grupo Standard Oil Company actuaban en todas las etapas de la industria: extracción, transporte, refinación y comercialización.

En 1937 se pone a la venta un lubricante cuyo nombre era ESSOLUBE con una campaña publicitaria que lo denominaba "El as de los aceites", la base empleada era de petróleo salteño .

En 1948 comienza la comercialización de dos productos especiales que se transformarían en una presencia constantes entre los consumidores, ESSO fluido para encendedores y el ESSO varsol.

La empresa nacional de petróleo (ENAP), fue creada en Chile por la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), en 1950. Su misión es explorar, extraer, refinar petróleo crudo y sus derivados, para abastecer a Chile de combustibles líquidos.

Un 29 de Julio de 1966, comenzó a operar PETROX S.A., en ese entonces ENAP en respuesta a la necesidad de levantar una refinería en el país de Chile, debido al constante aumento de la demanda de combustible y derivados del petróleo.

En 1971 en Sur América se pone en marcha la nueva unidad de mezcla y envasado de lubricantes en refinería campana y se incorporan procesos automáticos.

En 1977 por Decreto 632/74 del poder ejecutivo las empresas petroleras privadas retoman la comercialización de productos derivados del petróleo.

En 1987 nace el primer ESSO SHOP en Paraguay.

En 1991 comienzan a aparecer los autoservicios, servicentros en Sur América.

En nuestro país Colombia se tiene que hacer algo de historia con la llegada de la empresa ECOPETROL que según Ley No. 165 de 1948, el gobierno de Colombia autorizo la creación de una empresa colombiana de petróleo, que se constituyo mas tarde (Decreto No. 0030 de enero de 1951) en empresa comercial e industrial del estado, vinculada al Ministerio de Minas y Energía.

ECOPETROL inicio labores el 8 de marzo de 1951 con un capital de 100 millones, esta constituida como empresa estatal, en un ciento por ciento, con una Junta Directiva presidida por el Ministro de Minas y Energía.

ECOPETROL produce petróleo crudo (44% de la producción total nacional) y productos refinados, los mismos que se encargan de distribuir en el mercado interno, controlando el 95% de la capacidad nacional de refinación.

4.2 MARCO CONCEPTUAL

PETROLEO : Del latín *petra*=piedra y *oleum*=aceites, es una sustancia viscosa que puede ser mas o menos incolora, pero es generalmente negro-verdusca.

Su origen es de la descomposición de plantas y animales marinos acumulados y comprimidos en formaciones rocosas, su composición es una mezcla de hidrocarburos que a su vez se componen de carbono , hidrógeno y nitrógeno.

REFINACIÓN : También es conocida como refinación o mas exactamente proceso de refinación del petróleo.

Se considera y afirma que es el proceso directo donde se separa y transforma el petróleo crudo para obtener combustible de uso domestico e industrial.

LUBRICANTES : Producto del petróleo, es un derivado del petróleo, y es utilizado para suavizar el contacto entre piezas que estén en movimiento por lo tanto, reduce la fricción y desgaste.

ACEITES MONOGRADOS : Aceite de un solo grado, no lleva aditivos y son utilizados en situaciones especiales como por ejemplo, cuando un motor tiene problemas de compresión (gasta mucho aceite), y cuenta con un motor muy gastado radicado y manejándolo en una zona de muy alta temperatura. También es conocido como aceite con base parafínica.

VISCOSIDAD : Es definida como el grueso del aceite, es un factor determinante para la selección del lubricante.

SAE : Sociedad Automotive Engineers, entidad que clasifica a los lubricantes según su viscosidad.

ACEITES MULTIGRADOS : Son aquellos que reúnen una serie de aditivos que le imparten o mejoran algunas propiedades a los aceites.

NAFTENICA : Es un compuesto o una base que contiene el petróleo crudo y se requiere de su refinación para producir lubricantes de buena calidad.

FRICCION : Contacto de piezas en movimiento, que producen rugosidad o desgaste.

5. ASPECTO METODOLOGICO

5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente estudio es de carácter descriptivo porque ayuda a demostrar los aspectos mas relevantes e importantes del fenómeno planteado, mas exactamente de la comercialización del aceite monogrado en la ciudad de Barranquilla, ya que aquí se ha notado una serie de falencias que estas han motivado a realizar un análisis profundo y llegar a la conclusión que se puede incluir una serie de modificaciones en el producto en busca de una mejor comercialización.

5.2 METODO

El método escogido es el deductivo porque con el se va analizar todos los aspectos generales en el mercado actual de los aceites monogrados en la ciudad de Barranquilla y así poder llegar a lo particular en la problemática planteada; concretamente, en la ciudad de Barranquilla existen empresas que se dedican a la comercialización de aceite, funcionando de una manera muy particular de hecho su procedimiento de comercialización se basa en la compra de la materia prima luego entonces, proceden al envasado y después la ubicación en los puntos de ventas por esta razón, se ha notado una carencia de estándares de calidad tales como presentación del producto o envase, exhibición y desarrollo de canales de distribución; manteniendo la compra de la materia prima lo que se busca es la aplicación de una serie de modificaciones que ayuden al mejoramiento de la comercialización del producto en comparación con el mercado actual, abarcando desde el diseño de etiqueta, marca propia denominada **OPTIMO**, tabla de recomendaciones, medidor de contenido y envase transparente.

5.3 TECNICAS

Para la obtención de información y conocimiento de la situación actual del mercado se ha utilizado una técnica de **observación** pero muy superficial, ya que no se ha realizado una investigación profunda, así mismo **entrevista** informal con los propietarios o empresarios de las actuales organizaciones que se dedican a esta actividad y por último una **labor de campo** que incluyen visitas con el fin de analizar la aceptación de los productos de la futura competencia.

Los escritos publicados en paginas Internet, documentos, libros y enciclopedias han ayudado a conocer la terminología, origen, desarrollo, uso, funcionamiento, comercialización de los aceites lubricantes en sus países que son el principal escenario para las grandes empresas,

5.4 FUENTES

FUENTES PRIMARIAS

- ❖ Observación
- ❖ Entrevistas
- ❖ Labor de campo = Visitas

FUENTES SECUNDARIAS

- ❖ Paginas de Internet
 - ❖ Documentos
 - ❖ Libros
 - ❖ Folletos
 - ❖ Enciclopedias
-

6. POSIBLES COLABORADORES

Rafael Duran : Sociólogo, Especialista en Gerencia de Proyectos Educativos y Gerencia Estratégica de Mercadeo.

7. RECURSOS DISPONIBLES

INSTITUCIONALES

- Biblioteca Universidad Autónoma del Caribe
- Biblioteca Universidad del Atlántico
- Biblioteca Universidad Simón Bolívar

MATERIALES

- Borrador
 - Computador – Internet
 - Documentos publicados en páginas web
 - Enciclopedias
 - Folletos
 - Fotocopias
 - Hojas
 - Lápiz – Bolígrafo
-

- Libros
- Revistas
- Tesis

A nivel financiero se cuenta para este proyecto con la suma de \$5.000.000,00 repartido entre los integrantes del grupo.

BIBLIOGRAFIA

ARGUMEDO, Rafael y LINARES, Henry. Origen y Propiedades del Petróleo en Colombia. Barranquilla, 1989, p 6. Tesis de Grado. Universidad Autonoma del Caribe.

Ciencia y Tecnología. Segunda Edición. Mc Graw Hill.

Ciencia y Tecnología. Tomo III. Enciclopedia Temática de Química.

Ciencia y Tecnología. Tomo VIII. Enciclopedia Salvat.

Enciclopedia Vox 4. Tomo IV.

Europa Americana. Tomo XXXI. Enciclopedia Universal Ilustrada.

GILLESPIE, Manley y PERNA, Di. Marking Lube Oil. 1978.

Gran Enciclopedia Rialp, Tomo XIV

[Http/franquicia pemex.com/octanaje/21nest.htm](http://franquicia.pemex.com/octanaje/21nest.htm)

[Http/www.automotriz.net/articulos/lubricantes.html](http://www.automotriz.net/articulos/lubricantes.html)

PETROX S.A. Complejo Industrial. Folleto p 4.

REFINERÍA DEL PETRÓLEO. Manual de Procesos Químicos en la Industria. 1982

ROSAS Jose, RODRIGUEZ Nicolas y SILVA Alberto. Aceites Lubricantes.

SCIENCIE OF PETROLEUM. Vol. I, p 52. New York. 1938.

www.api.com

www.esso.com



PROYECTO

COMERCIALIZACION DE ACEITES MONOGRADOS PARA EL
PARQUE AUTOMOTOR DE LA CIUDAD DE
BARRANQUILLA

HENRY CERVANTES QUIROZ

LUIS MEZA CAPERA

UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR
INGENIERIA COMERCIAL
PROYECTO DE INVESTIGACION
BARRANQUILLA

2002

COMERCIALIZACION DE ACEITES MONOGRADOS
PARA EL PARQUE AUTOMOTOR DE LA
CIUDAD DE BARRANQUILLA

TABLA DE CONTENIDO

	Página
1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	1
2. FORMULACION DEL PROBLEMA	3
3. JUSTIFICACIÓN	5
4. OBJETIVOS	8
4.1 OBJETIVO GENERAL	8
4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	8
5. METODO O ESTRUCTURA DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS	10
5.1 FUENTES PRIMARIAS	10
5.2 FUENTES SECUNDARIAS	10
5.3 TIPO DE INVESTIGACION	11
6. DISEÑO METODOLOGICO	12
6.1 HIPOTESIS	12
6.2 VARIABLES	13
6.3 POBLACION	14
7. ESQUEMA TEMÁTICO O POSIBLES CAPITULOS	15
8. RECURSO DISPONIBLE CON PRESUPUESTO INCLUIDO	16
8.1 PRESUPUESTO	18
8.2 CRONOGRAMA	19

BIBLIOGRAFIA

1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA

De acuerdo a lo observado en el mercado actual, se busca la implementación de una serie de estrategias y políticas con unos estándares de calidad con el fin de ofrecer una verdadera alternativa en la industria del aceite monogrado.

En cuanto a la presentación, el producto contara con unas modificaciones en el envase, ya que este será transparente con un medidor de contenido, tapa con sello de seguridad, tabla de recomendaciones o aplicación y por último la inclusión de la marca propia, esto en cada uno de los formatos tales como : ¼ galón, pimpina (5 galones) y tambor de 55 galones.

Su comercialización estaría encaminada con la distribución en estaciones de servicios y empresas de transporte terrestre, en su calidad de canales mayoristas; de igual manera, los tecnicentros, lavado y engrase, almacenes de repuestos y talleres automotriz, serán los canales minoristas intermediarios.

La exhibición estará en los puntos estratégicos ubicados en los canales mayoristas, estos puntos son denominados islas o zonas de abastecimiento de

combustible, góndolas en las bodegas o almacenes de empresas transportadores; paralelamente los intermediarios minoristas servirán como otro escenario para mostrar el producto.

La fuerza de venta, representada por un grupo de personas tendrá a su cargo la responsabilidad de atender los canales de distribución mayorista y minorista, ofreciendo el producto, monitorear su rotación y el cumplimiento de sus cuotas de ventas.

En cuanto a la imagen el proyecto plantea la creación de una marca que cumplirá satisfactoriamente con las exigencias del mercado, al tiempo, busca posicionarla a través de un nombre propio con características en cada uno de los componentes, que debe tener una marca para ser reconocida en el mercado (logo, símbolo, distribución de colores, slogan).

2. FORMULACION DEL PROBLEMA

- ¿Cómo comercializar el aceite monogrado, modificando los sistemas de distribución, presentación y exhibición se obtendrán estándares de calidad?
 - ¿Cómo una presentación modificada del aceite monogrado puede ayudar a la obtención de altos niveles de calidad para su comercialización?
 - ¿Cómo desarrollar canales de distribución, modificando los sistemas actuales en busca de conseguir una mejor comercialización del aceite monogrado?
 - ¿Cómo exhibir el aceite monogrado modificando los sistemas actuales para obtener altos estándares de calidad en su comercialización?
 - ¿Cómo comercializar el aceite monogrado a través de la creación de una empresa, aplicando un sistema de calidad en su envase, presentación, exhibición y desarrollo de canales de distribución, con el fin de ofrecer una
-

alternativa positiva en la industria de los aceites en la ciudad de Barranquilla?

- ¿Cómo la presentación final del producto, específicamente aceites o lubricantes monogrados, con un buen envase, sello de seguridad, tabla de recomendaciones y medidor de contenido puede ayudar a una empresa a penetrar y desarrollarse en un mercado?
-

3. JUSTIFICACIÓN

En el siguiente proyecto se plasmarán las bases para llegar a crear una empresa comercializadora de aceites monogrados en la ciudad de Barranquilla y la importancia de aplicar un mejoramiento en la presentación final del producto y el desarrollo de canales de distribución para su comercialización, de esta forma las fuentes de información tales como: libros, enciclopedias, folletos, manuales, páginas de Internet, tesis y trabajos investigativos serán los principales elementos teóricos que se consultarán para tener un conocimiento profundo de los aceites lubricantes monogrados, de aquí su importancia, simultáneamente las entidades educativas a través de sus bibliotecas serán los escenarios para conseguir lo requerido. A su vez, el presente brinda la oportunidad de aplicar todos los conocimientos adquiridos durante el transcurso de la carrera Ingeniería Comercial y obtener el título que acredita como profesionales en el campo de las Ventas, Mercadeo y Publicidad; por lo tanto también servirá como documento de carácter científico para la industria del aceite monogrado en Barranquilla y la costa Atlántica.

De esta forma los escritos publicados en las paginas de Internet por expertos entendidos en la materia servirán como bases teóricas para apropiarnos profundamente al origen y el proceso de comercialización de los aceites lubricantes de carácter monogrado.

La consulta en libros, enciclopedias, tesis y trabajos realizados también son de mucha importancia ya que fortalecen y enriquecen los conocimientos que se necesitan para un optimo desarrollo de la temática propuesta.

En términos concretos, todo lo que se obtenga a nivel teórico, va a ser de mucha relevancia para poder formar un buen marco que sirva de referencia para la cristalización de la temática propuesta y nos ayuda a tener un conocimiento sólido, profundo y tautológico del aceite monogrado.

Basado en lo anterior la creación de la empresa comercializadora de aceites monogrados beneficiaria a la industria de los lubricantes porque se implementarán una serie de modificaciones al producto en comparación con los parámetros actuales que a la postre son la oportunidad que ofrece el mercado y que han motivado para la cristalización del proyecto, así mismo se nos brinda la

oportunidad de llegar a ser empresarios autónomos y generadores de empleo beneficiando a la sociedad.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Crear una empresa que se dedique a la comercialización de aceite lubricantes de carácter monogrado en la ciudad de Barranquilla, presentando una serie de modificaciones en su presentación, exhibición y canales de distribución en comparación con los sistemas vigentes en el mercado.

4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Crear para cada uno de los formatos un diseño en su presentación que incluya una serie de modificaciones en su envase, etiqueta y sobre todo la inclusión de una marca.

 - Exhibir aceite monogrado en cada uno de los puntos estratégicos ubicados en los canales de distribución sean mayoristas y minoristas.
-

- Comercializar el aceite monogrado en estaciones de servicio, empresas de transporte terrestre, tecnicentros, lavados y engrases, almacenes de repuestos y talleres automotriz, que en consecuencia se convierten en canales de distribución tanto mayoristas como minoristas.

 - Diseñar una fuerza de ventas idónea que se dedique a la rotación del producto en cada uno de los canales de distribución y ejecutar todos los lineamientos de un buen servicio al cliente y servicio post-venta.
-

5. METODO O ESTRUCTURA DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS

5.1 FUENTES PRIMARIAS

- ❖ Observación
- ❖ Entrevistas
- ❖ Encuestas
- ❖ Labor de campo = Visitas

5.2 FUENTES SECUNDARIAS

- ❖ Paginas de Internet
 - ❖ Documentos
 - ❖ Libros
 - ❖ Folletos
 - ❖ Enciclopedias
-

5.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente estudio es de carácter descriptivo porque ayuda a demostrar los aspectos mas relevantes e importantes del fenómeno planteado, mas exactamente de la comercialización del aceite monogrado en la ciudad de Barranquilla, ya que aquí se ha notado una serie de falencias que estas han motivado a realizar un análisis profundo y llegar a la conclusión que se puede incluir una serie de modificaciones en el producto en busca de una mejor comercialización.

6. DISEÑO METODOLOGICO

6.1 HIPOTESIS

Será que en Barranquilla se podrá poner en funcionamiento una empresa que se dedique a la comercialización de aceites monogrados implementando una serie de modificaciones en el producto en busca de un mejoramiento comercial partiendo de la situación actual del mercado.

6.2 VARIABLES

INDEPENDIENTE : Factor climatológico de la ciudad de Barranquilla.

INDICADORES : Calor, Temperatura, Vientos.

DEPENDIENTE : Funcionamiento del motor, es controlable porque el lubricante cumple con las características necesarias y especificaciones para ayudar al buen desempeño del motor.

INDICADORES : Año, Modelo, Kilometraje, Condición actual del motor.

6.3 POBLACION

Según estadísticas del departamento de tránsito y transporte de la ciudad de Barranquilla el parque automotor cuenta en la actualidad con un total de 130.000 vehículos, solo el 20% es decir, 26.0000 vehículos cuentan con un sistema full inyección y su mantenimiento es con aceites multigrados, el resto directamente 104.000 vehículos utilizan lubricantes monogrados.

7. ESQUEMA TEMÁTICO O POSIBLES CAPITULOS

Basados en lo planteado anteriormente se desarrollaran los siguientes posibles capítulos:

- ❖ Mercado actual de los aceites en la ciudad de Barranquilla.
 - ❖ Que es un aceite monogrado.
 - ❖ Funcionamiento y beneficios que ofrece el aceite monogrado.
 - ❖ Estrategias comerciales aplicadas por las empresas a los aceites monogrados.
 - ❖ Modificaciones a las estrategias actuales.
 - ❖ Conclusiones.
 - ❖ Recomendaciones.
-

8. RECURSOS DISPONIBLES CON PRESUPUESTO INCLUIDO

INSTITUCIONALES

- Biblioteca Universidad Simón Bolívar
- Biblioteca Universidad Autónoma del Caribe
- Biblioteca Universidad del Atlántico

MATERIALES

- Computador – Internet
 - Documentos publicados en páginas web
 - Enciclopedias
 - Libros
 - Tesis
 - Folletos
 - Revistas
 - Fotocopias
-

- Lápiz – Bolígrafo
- Hojas
- Borrador

A nivel financiero se cuenta para este proyecto con la suma de \$5.000.000,00 repartido entre los integrantes del grupo.

8.1 PRESUPUESTO

ORDEN	CANTIDAD	CONCEPTO	Vr. UNITARIO	Vr. TOTAL
1	17	Horas Internet	1.000	17.000
2	65	Fotocopias	80	5.200
3	7	Alimentación	6.285	44.000
4	13.3	Transporte	3.000	40.000
5	73	Transcripciones	500	36.500
6	5	Carpetas	800	4.000
		Subtotal		146.700
		Imprevistos 10%		14.670
		Total		161.370

ANEXO - TESTIMONIO

En una entrevista informal realizada en el mes de marzo del 2001 con el señor VICTOR BRUNAL, se le pregunto a cerca del nacimiento de la empresa LUBRIALFA cuyo domicilio es en la ciudad de Barranquilla en la Carrera 54 No. 74-73 teléfono 370 61 41 y 344 14 02, él manifestó que su señor padre se le ocurrió realizar este tipo de negocio porque necesitaba sobrevivir y ayudar con el sustento de su familia, entonces se vio en a necesidad de buscar una manera de trabajar es así como se origina la idea de vender aceite lubricante bajo su propio nombre o marca hay que resaltar que el señor BRUNAL realizo en su comentario la experiencia que tubo su padre en el mercado de los aceites.

Al momento de presentarle y comentarle la idea del grupo a el señor brunal le pareció muy positivo y un proyecto viable tanto que reconocí que en Barranquilla no ha realizado un trabajo con las características planteadas y según lo observado se confirmo por parte nuestra que no se realiza un proceso adecuado en cuanto al reembase, exhibición, presentación y desarrollo de canales de distribución.

BIBLIOGRAFÍA

ARGUMEDO, Rafael y LINARES, Henry. Origen y Propiedades del Petróleo en Colombia. Barranquilla, 1989, p 6. Tesis de Grado. Universidad Autónoma del Caribe.

Ciencia y Tecnología. Segunda Edición. Mc Graw Hill.

Ciencia y Tecnología. Tomo III. Enciclopedia Temática de Química.

Ciencia y Tecnología. Tomo VIII. Enciclopedia Salvat.

Enciclopedia Vox 4. Tomo IV.

Europa Americana. Tomo XXXI. Enciclopedia Universal Ilustrada.

GILLESPIE, Manley y PERNA, Di. Marking Lube Oil. 1978.

Gran Enciclopedia Rialp, Tomo XIV

[Http/franquicia pemex.com/octanaje/21nest.htm](http://franquicia.pemex.com/octanaje/21nest.htm)

PETROX S.A. Complejo Industrial. Folleto p 4.

REFINERÍA DEL PETRÓLEO. Manual de Procesos Químicos en la Industria. 1982

ROSAS José, RODRIGUEZ Nicolás y SILVA Alberto. Aceites Lubricantes.

SCIENCIE OF PETROLEUM. Vol. I, p 52. New York. 1938.

www.api.com