



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
VENTAS**

TÍTULO:

"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA LÍNEA
DE PRODUCTOS METABO A TRAVÉS DEL CANAL DE
DISTRIBUIDORES Y CUENTAS CLAVES DE CLIENTES EN LA
CIUDAD DE CUENCA PARA EL AÑO 2015"

AUTORES:

ALEX ERNESTO JARAMILLO VACA
LUIS EDILBERTO RODRÍGUEZ COLOMA

TUTOR:

ING .GALO MONTENEGRO ÁLVAREZ

Guayaquil, Ecuador

Año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
VENTAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Alex Ernesto Jaramillo Vaca y Luis Edilberto Rodríguez Coloma, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Ventas.

TUTOR

Ing .Galo Montenegro Álvarez

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Guillermo Viteri Sandoval

Guayaquil, a los 29 días del mes de agosto del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
VENTAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Alex Ernesto Jaramillo Vaca** y
Luis Edilberto Rodríguez Coloma

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación **Plan de Negocios para la Introducción de la Línea de Productos Metabo a Través del Canal de Distribuidores y Cuentas Claves de Clientes en la Ciudad de Cuenca para el Año 2015**, previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Ventas**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 29 días del mes de agosto del año 2014

Autor

Autor

Alex Ernesto Jaramillo Vaca

**Luis Edilberto Rodríguez
Coloma**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
VENTAS**

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Alex Ernesto Jaramillo Vaca** y
Luis Edilberto Rodríguez Coloma

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Ingeniero en Administración de Ventas**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 29 días del mes de agosto del año 2014

Autor

Autor

Alex Ernesto Jaramillo Vaca

**Luis Edilberto Rodríguez
Coloma**



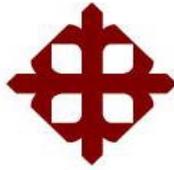
UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA EN ADMINISTRACION EN VENTAS

DEDICATORIA

A Dios por brindarme fortaleza,
A mi familia por ser mi guía y apoyo,
A mis maestros por formarme,
A quienes quiero por creer, y
A quienes depositaran su esperanza en mí.

Alex Jaramillo

Luis Rodríguez



AGRADECIMIENTO

*A la Universidad Católica por la formación brindada y el profesionalismo
obtenido*

Alex Jaramillo

Luis Rodríguez

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	XVI
ABSTRACT	XVII
Tema.....	1
INTRODUCCIÓN	1
JUSTIFICACIÓN	2
OBJETIVOS.....	4
Objetivo General.....	4
Objetivo Específicos.....	4
CAPÍTULO I.....	6
1. SEGMENTACIÓN	6
1.1. ANTECEDENTE DE LA EMPRESA	6
1.2. MERCADO META	7
1.3. MACRO SEGMENTACIÓN.....	11
1.4. MICRO SEGMENTACIÓN	13
1.5. PERFIL DEL CONSUMIDOR	16
CAPÍTULO II.....	17
2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	17
2.1. ANÁLISIS PEST	17
ANÁLISIS POLÍTICO.....	17
ANÁLISIS ECONÓMICO.....	17
Fuente: Información CONELEC.....	20
ANÁLISIS SOCIAL.....	20
Análisis Tecnológico	23
2.2. ANÁLISIS PORTER.....	25
2.3. POBLACIÓN, MUESTRA.....	27
2.4. LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	29
2.5. SELECCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	30
2.6. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	31

2.7. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	50
CAPÍTULO III.....	51
3. EL PRODUCTO O SERVICIO.....	51
3.1. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO SERVICIO A OFRECER.....	51
Principales Productos Metabo.....	53
3.2. CADENA DE VALOR.....	59
3.3. ANÁLISIS FODA.....	60
CAPÍTULO IV.	64
4. PLANES ESTRATÉGICO.....	64
4.1. PLAN DE VENTAS.....	64
4.2. Fuerza de ventas.....	66
Política de pedidos.....	67
Políticas de crédito y cobranzas.....	68
Garantías Políticas de ventas internas.....	69
Políticas de ventas internas.....	70
4.3. RELACIÓN CON LA MERCADOTECNIA.....	71
Productos.....	71
Precios.....	74
Plaza.....	74
Promoción.....	75
5. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO.....	77
5.1. Determinación de la inversión inicial.....	77
5.2. Fuentes de financiamiento.....	80
5.3. Ventas Anuales.....	84
Estado financiero.....	86
5.4. Factibilidad Financiera.....	91
Valor Actual Neto (VAN) y TIR.....	91
5.5. Gastos Administrativos.....	92
5.6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	95
5.7. Seguimiento de evaluación.....	97
6. RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	100
6.1. Base Legal.....	100

6.2. Medio Ambiente.....	100
6.3. Beneficiarios directos e indirectos de acuerdo al Plan del Buen Vivir.....	102
CONCLUSIONES.....	102
RECOMENDACIONES	104
ANEXOS.....	106

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Mercado Global, Potencial y Objetivo en la ciudad de Cuenca	10
Tabla 2 Propuestas y agregados de la Marca Metabo en el mercado de la ciudad de Cuenca.....	13
Tabla 3 porcentaje de descuento a distribuidores, mayorista y minorista en productos Metabo	16
Tabla 4 Análisis del censo de población según INEC (2010)	21
Tabla 5 Proyecciones de la población económicamente activa de la ciudad de Cuenca	22
Tabla 6 Genero en la distribución de la población económicamente activa .	22
Tabla 7 Ocupación de la población de la ciudad de Cuenca.....	23
Tabla 8 Proyecciones del crecimiento de la demanda de vivienda en Cuenca	18
Tabla 9 Proyecciones del crecimiento de la demanda mensual y proyecciones alcanzables.....	19
Tabla 10 Análisis del modelo de negocios Lean Cavas	106
Tabla 11 Análisis de la población directa o target en la demanda en la ciudad de Cuenca.	27
Tabla 12 Tamaño de la Muestra en la ciudad de Cuenca	29
Tabla 13 Técnicas y Fuentes de la Investigación en el mercado objetivo de Cuenca	30

Tabla 14 Criterio del mercado con respecto a la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.	32
Tabla 15 Porque Elige a la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo Al comprar herramientas eléctricas	33
Tabla 16 Principales Competencia de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo	35
Tabla 17 Crédito en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.	36
Tabla 18 Tiempo de crédito sugerido por el cliente.....	38
Tabla 19Tiempo de Pedido, Despacho y Entrega.....	39
Tabla 20 Atención brindada Por La Empresa Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.....	41
Tabla 21 Principales Productos que se Adquieren en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.	42
Tabla 22 Prefiere Transporte directo de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo para sus Pedidos	44
Tabla 23 Que Áreas resaltaría de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo	45
Tabla 24 Protección y seguridad en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.	47
Tabla 25 Estrategias Conocidas en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.	48
Tabla 26 ¿Qué le agrada percibir como clientes al adquirir la línea Metabo en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo?	49

Tabla 27 Productos de la línea METABO a distribuir en la ciudad de Cuenca	51
Tabla 28 Cadena de Valor del Producto Metabo	59

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No 1 Información referente a la cantidad de ferretería en la ciudad de Cuenca	8
Gráfico No 2 Eficiencia y Responsabilidad en la comercialización de herramientas eléctricas por parte de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.	32
Gráfico No 3 Porque Elige la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo Al comprar herramientas eléctricas	34
Gráfico No 4 Principales Competencia de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.....	35
Gráfico No 5 Crédito en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.....	37
Gráfico No 6 Tiempo de crédito sugerido por el cliente.....	38
Gráfico No 7 Tiempo de Pedido, Despacho y Entrega.....	40
Gráfico No 8 Atención brindada Por Ferretería de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo	41
Gráfico No 9 Principales Productos que se Adquieren en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo	43

Gráfico No 10 Prefiere Transporte directo de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo para sus Pedidos	44
Gráfico No 11 Que Áreas resaltaría de ferretería de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo	46
Gráfico No 12 Existe Protección y Seguridad en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.	47
Gráfico No 13 Estrategias Conocidas en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.....	48
Gráfico No 14 Que Percibir el cliente al adquirir la línea Metabo en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.	49

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 La situación laboral en la ciudad de Cuenca.....	9
Ilustración 2 Instalaciones de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo en la ciudad de Cuenca	13
Ilustración 3 Calculo de la muestra para población Finita	28
Ilustración 4 Mercado consolidado por empresa del Hierro y Vásquez Brito en Cuenca	75

RESUMEN EJECUTIVO

Las herramientas eléctricas de Metabo son siempre usadas donde la gente tiene que confiar extremadamente en proceso de logísticas imprescindible para acaparar a los distribuidores de Cuenca. Este plan de negocios está basado en una nueva línea de productos Metabo a distribuirse en diferentes ferreterías e industrias que serían nuestros potenciales clientes. El objetivo de presente trabajo es de determinar la viabilidad financiera de introducir la marca Metabo de la empresa Indura S.A y con ello aplicar las estrategias de comercialización con el fin de para aumentar las ventas, creando confianza, seguridad, garantías y motivación en los procesos. La línea Metabo en las industrias y distribuidores de Cuenca permitirá extender las relaciones comerciales existentes entre clientes cuencanos, mejorando el despacho y la entrega en base a un software dinámico que acelera la logística institucional. El presente trabajo en base a un estudio exploratorio propone nuevos procesos de distribución a un segmento en crecimiento considerando el impacto ambiental y el respaldo social que brinda a centenas de personas que depende directa e indirectamente de la construcción y trabajos artesanos,

ABSTRACT

Metabo power tools are always used where people have to rely on extremely essential logistical process to monopolize distributors of Cuenca. This business plan is based on a new line of Metabo products to be distributed in different hardware stores and industries that would be our potential customers. The aim of this study is to determine the financial feasibility of introducing the company brand Metabo Indura SA and thereby implement marketing strategies in order to increase sales, build trust, security, guarantees and motivation processes. The Metabo online industries and distributors of Cuenca will extend the existing trade relations between cuencanos customers, improving clearance and delivery based on a dynamic software that accelerates institutional logistics. This paper based on an exploratory study proposes new distribution processes to a growing segment considering the environmental impact and the social support provided to centeneras of people who depend directly and indirectly on the construction and craft work,

Tema

"Plan de negocios para la Introducción de la línea de productos METABO a través del canal de distribuidores y cuentas claves de clientes en la ciudad de Cuenca para el año 2015"

INTRODUCCIÓN

INDURA es una empresa dedicada a la producción y fabricación de gases soldadura, maquinaria y a su vez representa líneas de productos como distribuidores de la línea de productos Metabo, Miller , Hiperterm y 3M, para todo lo que respecta seguridad industrial definido por el autor Jardillier en su obra mencionada, dice "Hasta hoy el hombre debía adaptarse a un trabajo concebido, estructurado y organizado según criterios técnicos económicos", en base a la distribución adecuada y la idea de ofrecer al usuario final llámese metalmecánico, hospital, entre otros, todo el portafolio de productos que se necesita para soldar y para brindar toda la variedad de gases para todas las áreas de la industria .

Actualmente se mantiene una sólida presencia en Argentina, Perú, Colombia y la principal ciudad que es Chile. En julio del 2012 la empresa es absorbida por una empresa americana llamada Air productos el cual tiene presencia en 70 países. La empresa maneja 4 canales de distribución los cuales son locales propios, vendedores de Usuario final estos atienden todos los talleres del sector metalmecánico, luego se atiende el área médica la cual es atendida por vendedores que visitan clínicas y Comercios. Al ofrecer la línea de soldadura, maquinarias y seguridad industrial a través de Distribuidores los que a su vez atienden al mercado ferretero ubicando nuestros productos

La idea del presente proyecto es la de promover a través del canal de distribuidores la línea de productos Metabo de origen alemán la cual es manejada en distribución exclusiva y poder quitar participación de mercado a las marcas que se encuentran en este canal, como son en primer lugar Dewalt que es la que tiene mayor participación ya sea por antigüedad en el mercado, garantía, servicio técnico y por sobre todo el precio que en relación a la línea Metabo existe una diferencia del 30%, lo cual, en un inicio sería una desventaja pero la idea es la de demostrar al mercado que si bien es cierto existe una diferencia de precio pero versus a los beneficios que tiene la línea de productos Metabo.

JUSTIFICACIÓN

Ubicar los productos de la línea de productos METABO en las diversas ferreterías en el sector del Austro, se debe mantener estratégicamente tres áreas de la organización (Comercial, Financiera, Recursos Humanos) en donde se mantienen determinadas falencias y falta de gestión, es por ello la necesidad de mejorar su desempeño en todo ámbito en especial el área de distribución. Para el desarrollo del trabajo se realizará un diagnóstico organizacional de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo para conocer el nivel de satisfacción del cliente interno y saber cuáles son los aspectos que le motivan y/o incomodan dentro de la empresa. Mientras que para determinar la situación del área comercial se realizará una encuesta a los clientes mayoristas y a los clientes directos, también se revisará el proceso que se maneja en el área comercial con la distribución de la línea Metabo. Las competencias y actitudes del recurso humano que posee la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo para el desarrollo y reestructuración a realizarse. El Equipo Humano es el Indicador más importante y en el que se debe de invertir para generar y respetar la cultura organizacional existe o no planificación estratégica en la distribución en el austro a realizar.

La empresa Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo mantienen bien definidos y establecidos las políticas y procedimientos en cada una de sus áreas para que la supervisión y control genere confianza a sus empleados y clientes. Recordando que cuando la casa esta ordenada el servicio y calidad de atención optimizan las comunicaciones integrales y relaciones públicas que será un indicador evaluador para el correcto desenvolvimiento de la empresa en sus diferentes áreas y líneas de productos. La evaluación del área de distribución, comercialización, administrativa y financiera ayudará a definir los problemas y oportunidades de mejoras en los diferentes procesos y metodologías que utiliza la empresa Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.

Se realizaran encuestas cuantitativas y cualitativas para medir la satisfacción del personal y conocer cuáles son sus deseos y sus inconformidades respecto a la distribución del METABO en las diferentes Ferreterías y comercios de la ciudad de Cuenca. Para evaluar el área comercial, primero se revisara los procedimientos del área comercial para así conocer el funcionamiento del proceso de ventas y distribución que maneja la empresa Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.

En el caso del departamento de comercialización, se cuenta con un punto fijo para atender a todos los mayoristas, personal de venta emergido en un ambiente de servicio y atención directa, además de la distribución de información en base a correo directo y los mailling respectivos, llegando a revisar los procesos de crédito y cobranzas, que usualmente son los puntos más frágiles que afecta al capital de trabajo. Luego de realizar la evaluación de las áreas antes mencionada se presentará un informe de los resultados obtenidos y se procederá elaborar un plan estratégico que ayude a mejorar los problemas de comunicación y distribución de la línea Metabo. En el plan se presentarán objetivos medibles, con tiempos definidos para su finalización, además de los diversos procesos

incorporados en la distribución estratégica del producto como preferencia en los principales comercios de la ciudad de Cuenca.

OBJETIVOS

Objetivo General

Determinar la viabilidad financiera de introducir la marca Metabo de la empresa Indura S.A: en donde se obtendrá un incremento en las ventas y una participación óptima en el mercado de la ciudad de Cuenca.

Objetivo Específicos

- Describir las principales estrategias de distribución en los diversos negocios, ferretería y locales comerciales y demás clientes de la empresa Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo para aumentar las ventas, creando confianza, seguridad, garantías y motivación en los procesos.
- Mejorar las relaciones comerciales existentes entre clientes cuencanos, mejorando la atención en el despacho y los servicios de entrega y comercialización inmediata de Metabo, en base a un software dinámico y con capacidad de transmitir información inmediata en los pedidos
- Evaluar la satisfacción de los clientes de la ciudad de Cuenca y empleados dentro de la empresa Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo incorporando nuevas competencia tecnológica en publicidad y promociones para mejora de los hábitos organizacionales dentro del área de distribución y ventas.

- Proponer nuevos procesos de distribución en flujos aplicados a los productos de la línea Metabo considerando los aspectos culturales, sociales, paradigmas y demás detalles de los clientes en el periodo del 2015.

CAPÍTULO I.

1. SEGMENTACIÓN

1.1. ANTECEDENTE DE LA EMPRESA

En marzo 22 de 1978, Arranca sus actividades en Guayaquil con el nombre de SOLECSA Soldaduras Ecuatorianas S.A. en el año 1997 incursiona en el mercado con gases industriales y soldadura, en abril del 2001, es cuando cambia su nombre a Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo, siendo gerente el señor Cristián Vélez. Cambiando su enfoque para tender a usuarios finales En el 2003 aparece una alianza comercial que forma el IPAC-Market en Guayaquil y con sede en otras ciudades como Cuenca, Quito, Manta, siendo los gases industriales los de mayor consumo y preferencias de nuestros clientes, además de la distribución de soldaduras, equipos y máquinas. En el año 2005 aparece locales comerciales propios, abarcando mercados como: metalmecánica, minería, metalurgia, alimentos, química y comercio. En el 2006 se extiende a la provincia de Santo Domingo y en el Coca en la región oriental. Obtiene la certificación de buena prácticas de manufactura por parte de ministerio de salud se autoriza a la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo a llenar, envasar, almacenar y distribuir Oxígeno Medicinal. En el 2007 entra en operación ASU INDURA. Planta criogénica con Oxígeno y Nitrógeno Líquido que se utiliza en para aplicaciones industriales y medicinales. En el 2009 Apertura de nuevo Indura Market en Machala, obtenido el ISO 9001-2000 en la distribución a granel de Oxígeno y Nitrógeno Medicinal e Industrial.

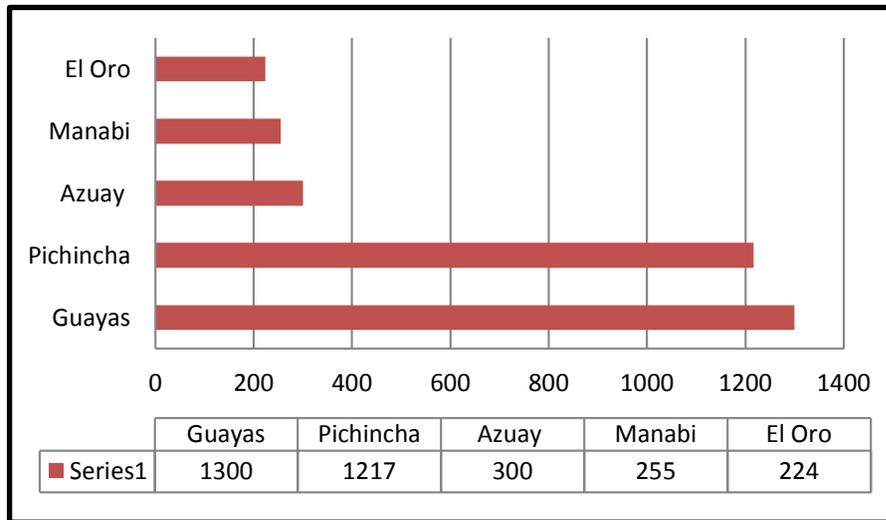
Su Visión: Ser líderes en la entrega de soluciones tecnológicas integrales a industrias, con productos de gases, soldaduras y lo referente a seguridad industrial.

La Misión: Ser una corporación internacional que ofrece soluciones tecnológicas integrales con el uso de gases y soldaduras, además de ofrecer seguridad a los clientes, siendo el eje de desarrollo para otras industrias, con innovación y valor agregados a clientes y trabajadores.

1.2. MERCADO META

El mercado meta está dividido en todas las ferretería y centros de abasto de materiales de las construcción, profesionales e ingeniero civiles que de una u otra forman utilizan los productos ofrecido por la empresa Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo, siendo la principal línea de distribución en la ciudad de Cuenca con la línea de producto METABO en la distribución directa al mercado de herramientas eléctricas industriales, descrito el mercado objetivo acorde a la siguiente información y en base al mercado objetivo a alcanzar. Es necesario indicar que Cuenca esta entre las tres primeras ciudades de mayor ingreso económico en el Ecuador, según cifras vertidas por el INEC (2010)

Gráfico No 1 Información referente a la cantidad de ferretería en la ciudad de Cuenca



Fuente: INEC (2010) Poblaciones Económica activas

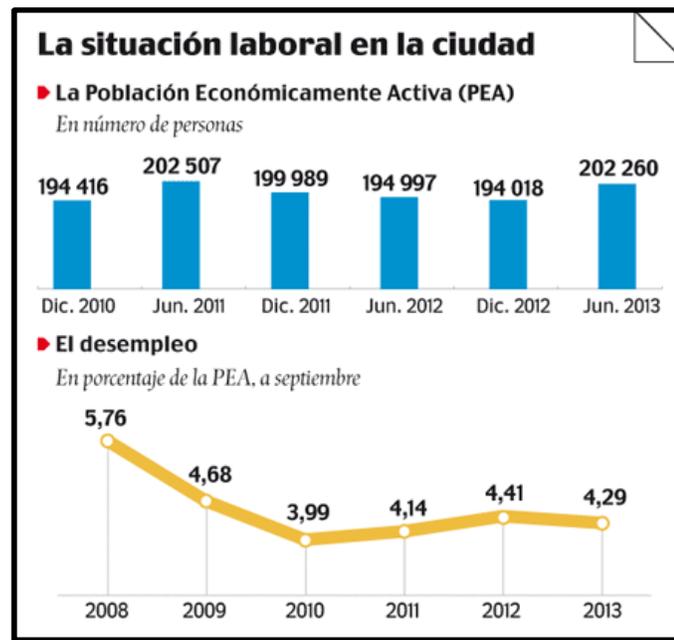
La provincia del Azuay con su capital Cuenca es una de las ciudades en donde más industrias se encuentran además de ser pionera en desarrollo sostenido, siendo una ciudad con una población económicamente activa de alrededor de 202260 habitantes, además con una tasa de desempleo equivalente a 4,28% estimada al 2013, esto implica que existe un buen afluente laboral y que la liquidez del mercado es denotada en la adquisición de herramientas eléctricas, repuestos y demás artículos.

Información referente a las industrias de la ciudad de Cuenca

El desempleo en Cuenca tiene tendencia equilibrada en los últimos años, esto implica que según crece la población se mantiene el indicador, a pesar que la población económicamente activa en la ciudad a junio del 2013 indica que son 202250 personas que están en actividad que generan trabajos y forman parte exhaustiva de la liquidez y solvencia que mantiene la ciudad, existiendo comercio

en área de ferretería, herramientas eléctricas, motores y maquinarias, al existir indicadores que son optimista en el mercado de la ciudad.

Ilustración 1 La situación laboral en la ciudad de Cuenca



Fuente: INEC / EL COMERCIO

Fuente: (Comercio, 2013)

ANÁLISIS DEL MERCADO META EN LA CIUDAD DE CUENCA

El mercado global está conformado por las entidades, personal en su total que pueden o no adquirir o no las herramientas eléctricas de la línea METABO, encierra un marco grande y extenso de un mercado que no es directo ni existen estrategias directa para alcanzar el éxito, estas estrategias se deben aplicar el mercado meta u objetivo que serán todas de la empresas mayoristas que distribuyen la línea y compensa un porcentaje asequible por la intermediación, al igual I existe mercado menoristas y ferreterías que son clientes directos y que abarcan la comunicación en base al requerimiento del mercado.

Tabla 1 Mercado Global, Potencial y Objetivo en la ciudad de Cuenca

Descripción	Ferretería	Industrias	Población
Mercado Global	700	6500	712.127
Mercado Potencial	250	5000	195.683
Mercado Sectorizado	200	5000	195.683
Mercado ocupado	50	1000	0
Mercado objetivo	150	4000	195.683
Mercado Meta	300	1200	200.000

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2013)

Realizado por Luis Rodríguez

Según el análisis realizado en la tabla se refleja que son un promedio de 300 ferreterías, y de 1200 industrias que están directamente relacionadas con los productos METABO y que requieren las atenciones y bondades de una base de dato concreta que ponga prioridad a los clientes partes del mercado objetivo. También el consumidor final objetivo es el que da la prioridad a que se maneje de manera directa con la empresa y adquieran ellos con el precio final del mercado para no violentar los acuerdos fijados con mayorista y minoristas.

1.3. MACRO SEGMENTACIÓN

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

"Segmentar" un mercado en la ciudad de Cuenca significa dividirlo en partes o segmentos que están conformados por las diferentes ferreterías e industrias que están enfocados por grupos homogéneos de consumidores de la línea de productos METABO, teniendo el mercado investigado los mismos gustos y preferencias. Es posible entonces, dividir el mercado de ferretería e industrias en función de algunas características que los hagan particulares para así poder concentrar la estrategia de ventas en un solo tipo de cliente.¹

El mercado es demasiado amplio y no se puede abordar por completo, al menos no en un primer momento. Por lo tanto se debe escoger uno o varios segmentos de mercado para dedicarse a ellos y entenderlos lo mejor posible, siendo necesario Determinar las diferencias entre la marca de la línea de productos METABO y el grupo que la prefiere como exclusividad y así lograr distribuirla al mercado de Cuenca.

El marketing estratégico que se aplica a la distribución estratégica de la línea de productos METABO busca conocer las necesidades actuales y futuras de las ferreterías e industrias de la ciudad de Cuenca, además es necesario la aplicación de estrategias con el fin de localizar las estrategias encaminadas a acaparar mercados fieles en las ferreterías, y orientar nuevos nichos de

¹AQ Profesional Learning SL.Planeamientos previos a la elección del negocio.creacionempresas.com

mercado en diferentes industrias, identificando mercado potenciales en la provincia de Azuay y alrededores.

MARKETING DE GUERRILLA

El mercado de ferretería e industrias y consumidores profesionales forjan un proceso de estrategias y técnicas ejecutadas por medios convencionales y no convencionales, y que consiguen su objetivo mediante el ingenio y la creatividad, que permiten llegar al grupo objetivo que requieren los productos de METABO por medios de canales directos de distribución, de una forma diferente.

Se utilizara un programa de distribución dirigido a sectores centro, norte, sur y oeste con el fin de que el medio sea característico con el tiempo, esfuerzo, dinamismo y sobretodo un agama de acciones acertada en la venta y entrega de los productos METABO con un mensaje publicitario, dejando al lado la necesidad de inversión de grandes presupuestos para dar a conocer la línea de productos METABO.

Existirá en la ciudad de Cuenca inversiones publicitaria para crear un aplaza común de la marca METABO y que esta sea recordada, respaldo a todos los deportistas con uniforme y premios, además del impulso directo por las redes sociales. La forma directa de distribución abarca una secuencia repetida de toma de pedidos, distribución y ventas a los mayoristas, además de una comunicación directa entre el minorista e Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo

1.4. MICRO SEGMENTACIÓN

La discrecionalidad que tiene INDURA S.A es la de determinar los objetivos que mantiene al distribuir productos de la línea METABO a precios que el mercado de Cuenca los analiza como convenientes y produce una severa elasticidad de la demanda en el mercado cuencano. La elasticidad de la demanda de la línea METABO se refiere a la sensibilidad de adquisición en base a la variación de precios. Claramente es vital que una organización de servicios determine qué tan elástica o inelástica es la demanda para sus servicios en respuesta a los cambios de precios.

Ilustración 2 Instalaciones de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo en la ciudad de Cuenca



Fuente: Indura

Tabla 2 Propuestas y agregados de la Marca Metabo en el mercado de la ciudad de Cuenca

INDURA S.A.	
Propuesta de valor:	Crear un Área dentro de la empresa Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo que sea responsable con la distribución de línea METABO a todo el sector de Cuenca y sus alrededores con un servicio logístico especializado para la distribución, almacenamiento y control de inventarios de herramientas eléctricas y línea METABO para el servicio completo de operación logística dentro de la ciudad de Cuenca, en actividades referentes a coordinación y supervisión de trámites de crédito, coordinación del transporte terrestre de la mercadería hacia las distribuidoras y mayoristas, la recepción, manipulación, bodegaje, control de inventarios, despachos, acondicionamiento del inventario, así como la distribución nacional
Segmento de mercado:	<ul style="list-style-type: none"> • Industrias • Cadenas de ferreterías y almacenes maquinas industriales • Distribuidores y mayorista
Canal:	distribuidores, mayorista y minoristas Almacenes y ferreterías
Relación con el cliente:	Servicio especializado y exclusivo en el manejo de inventarios
Flujo de ingresos:	Precios diferenciados y accesibles para el manejo de inventarios

Recursos claves:	Recurso humano Camiones Centro de acondicionamiento Maquinarias
Actividades claves:	Búsqueda de un sitio clave para la construcción de la bodega promoción del servicio a grandes empresas e industria de consumo de la línea Metabo, distribuidoras y cadenas ferreteras Relaciones públicas en negocios de la ciudad de Cuenca Entrenamiento y capacitación al personal para el manejo del servicio construcción de la bodega
Socios claves:	Concesionarios de herramientas y productos industriales Compañía y empresas de ferretería mayorista Compañía y empresas de ferretería menorista Jefes de bodegas y mantenimiento industriales Talleres mantenimiento de maquinarias Compañía mantenimiento de software Ferretería y consumidores en áreas de la construcción, transporte, y mecánica en general
Estructura de costos:	Valoración de ingresos y gastos

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

1.5. PERFIL DEL CONSUMIDOR

La situación competitiva en el mercado de la ciudad de Cuenca en la distribución de METABO influye directamente en la fijación de los precios a distribuidores, mayorista menorista y consumidor final. Existiendo poca diferenciación entre los servicios a distribuidores y la entrega directa a ferretería, la discrecionalidad de los precios se limita; es decir, se establecerá cierto grado de uniformidad de precios. Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo establecerá una lista de precio estratégica basada en las políticas de precios con el fin de lograr los objetivos organizacionales. La estrategia de precios estará en base a la siguiente información tomando un producto de la línea METABO como ejemplo para alcanzar metas estratégicas.

Tabla 3 porcentaje de descuento a distribuidores, mayorista y minorista en productos Metabo

INDURASA	Distribuidor	Mayorista	Minorista	Ferretería	Consumidor final
Herramientas Eléctricas METABO	25% Descuento	20% Descuento	15% descuento	12% de Descuento	PVP sin descuento

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

De acuerdo a todos los factores que se deben considerar para la fijación de precios en base al servicio directo ofrecido por la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo o directamente por el valor o precio en mercado cuencano precios basados en costos y precios orientados hacia el mercado.

CAPÍTULO II.

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1. ANÁLISIS PEST

ANÁLISIS POLÍTICO

Actualmente Ecuador se encuentra entre los 8 países más importantes de Sudamérica con 834 puntos. Lo cual alienta a la inversión extranjera por lo que beneficia directamente a la empresa INDURA S.A ya que son precisamente los inversionistas extranjeros los que buscan calidad. Es importante destacar, además el buen desempeño anual del sector de la Construcción, que presentó un incremento de 5.37% con respecto al 2012 y 2013, debido al crecimiento de la población y notable aumento de obras públicas de regeneración en la ciudad de Cuenca.

La actividad de la Industria de la Electricidad y Agua experimentó un decrecimiento anual de 12.15%, debido a la reducción de la producción eléctrica, originada en el fuerte estiaje. Esto benefició a la empresa por el incremento de ventas en productos como focos ahorradores y cables para generadores eléctricos.

ANÁLISIS ECONÓMICO

La ciudad de Cuenca es desde la época colonial un importante centro de comercio en el Ecuador, donde llegan turistas y comercio de todas partes del mundo. La construcción es una de las principales acciones de los empresarios cuencanos, además de la adaptabilidad a los medios agrícolas y ganaderos siendo un efecto multiplicador en la economía, la inversión privada en Cuenca

permite diversas fuentes de trabajo en el sector además oscila a un crecimiento de la economía en las familias, existiendo liquidez y garantías en los proceso de inversión que se inicie, existe centros de negocios que han formado parte en el proceso del crecimiento de la ciudad y desarrollo de nuevas estructuras y edificaciones convirtiendo a Cuenca una ciudad dócil para la implementación de proyectos, negocio y reestructuraciones.

Tabla 4 Proyecciones del crecimiento de la demanda de vivienda en Cuenca

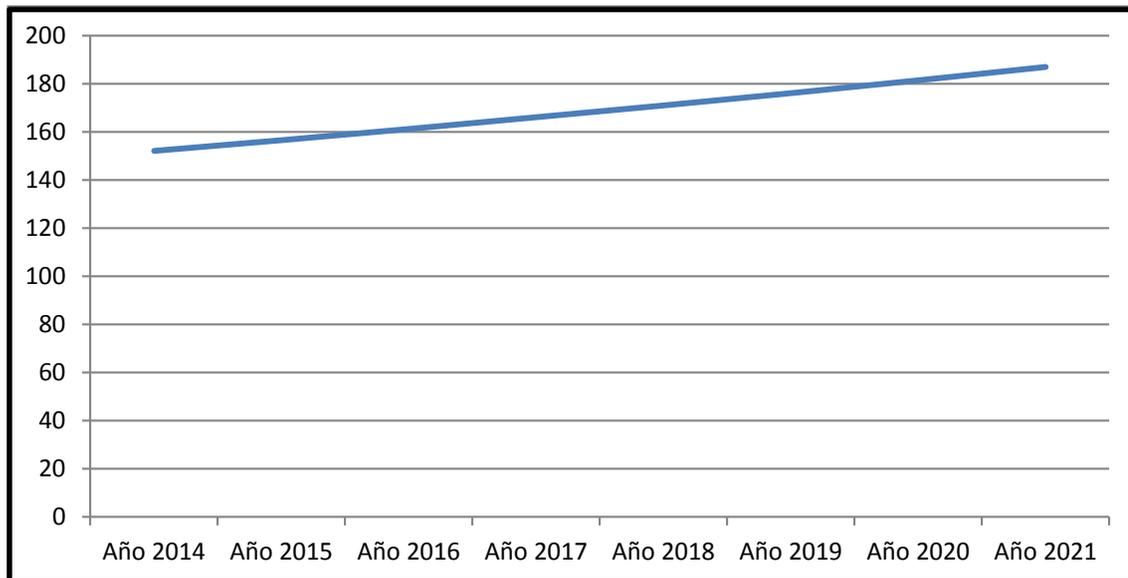
DEMANDA	ANUAL	MENSUAL	SEMANAL
AÑO			
2012	172011	14334	3584
2013	177171	14764	3691
2014	182486	15207	3802
2015	187961	15663	3916

Fuente: INEC

Tabla 5 Proyecciones del crecimiento de la demanda mensual y proyecciones alcanzables

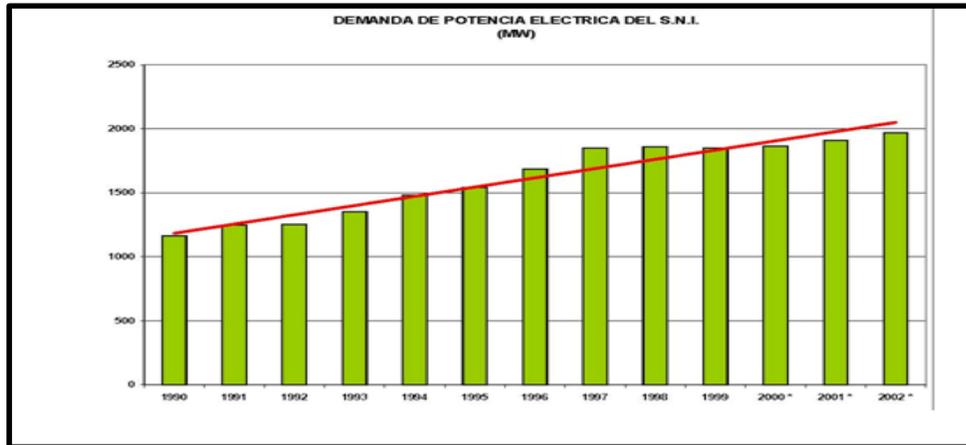
DEMANDA	MENSUAL	Proyecciones
		alcanzable mensualmente
		0
Año 2014	15207	152
Año 2015	15663	157
Año 2016	16133	161
Año 2017	16617	166

Fuente: Constructoras de Cuenca



Fuente: Constructoras de Cuenca

La tendencia de la demanda en vivienda del mercado de Cuenca, en la planificación y estrategias de manejo de los recursos, siendo competitivo el mercado de viviendas.



Fuente: Información CONELEC

ANÁLISIS SOCIAL

La empresa Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo opera en la ciudad de Cuenca, Ecuador. Nuestro análisis social se basará en datos relacionados a esta ciudad y al país en que se encuentra. Se obtiene datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, el cual realizó en el 2010 el VII censo poblacional y VI de vivienda basándose en los datos investigados se obtiene: que en el año 2010 cantón de Cuenca consta con una poblacional total de 331.888.

Tabla 6 Análisis del censo de población según INEC (2010)

Censos	Ciudad de Cuenca	Censos	Crecimiento Porcentual
1950	43.145	1950-1962	5,56%
1962	86.290	1962-1974	4,14
1974	125.450	1974-1982	4,44%
1982	172.000	1982-1990	2,87
1990	215.400	1990-2001	3,15%
2001	295.000	2001 -2010	2,89
2010	331.888	2010	3,1

Fuente INEC (2010)

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Para el 2014 se estima que la población de Cuenca estará redondeando los 374996 habitantes y un crecimiento poblacional del 3,1 anualmente, esto asevera que Cuenca produce un crecimiento acorde con las proyecciones de mercado que tendrá la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo, siendo este elemento al igual que la población económicamente activa los detonantes para medir las razones financieras en la comercialización de la línea METABO al mercado cuencano.

La población económicamente activa de 5 años en Cuenca está reflejada en la siguiente base de datos considerando el método porcentual para las proyecciones del mercado.

Tabla 7 Proyecciones de la población económicamente activa de la ciudad de Cuenca

Años	Población proyectada
2010	331.888
2011	342.177
2012	352.784
2013	363.720
2014	374.996
2015	386.620
2016	398.606

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

En lo que se refiere al género en la ciudad de Cuenca se estima que el 66% están confirmado por mujeres y el 34% representa hombres obteniendo la información en base al siguiente cuadro

Tabla 8 Genero en la distribución de la población económicamente activa

Sexo	Hombre	Mujer	total
P.E.A 2014	251247,075	123748,559	374995,634
P.E.A 2015	259035,734	127584,764	386620,498
P.E.A 2016	267065,842	131539,892	398605,734

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Los grupos de ocupación en Cuenca se desglosan en base a los siguientes indicadores representado en el siguiente cuadro

Tabla 9 Ocupación de la población de la ciudad de Cuenca

Grupos de Ocupación	374.996	% INEC
Miembros, Profesionales, Técnicos	56249,4	15%
Empleado de Oficina	26249,72	7%
Trab. De los Servicios	74999,2	20%
Agricultores	7499,92	2%
Operarios y operadores de Maquinarias	101248,92	27%
Trab. No calificado	67499,28	18%
Otros	41249,56	11%

Realizado por Alex Jaramillo

Las herramientas eléctricas de la línea Metabo se han convertido en una parte importante del objetivo nuestra vida cotidiana el distribuir el producto a diferentes mercados es un tema diario de estrategias continuas y proceso cambiantes. La existencia y operación de la calidad de la línea METABO hace el principal interés de los inversionistas de comercializar la línea en toda la provincia del Azuay. Si los estándares de vida aumentan, también lo hará la demanda para estos productos.

Análisis Tecnológico

En el Ambiente tecnológico las áreas ventas, adquisiciones, comercialización, necesitamos de la infraestructura tecnológica del tiempo como es la Internet y los equipos en software, hardware y seguridad (implementación del programa SAP).

- El desarrollo tecnológico que se da en estos tiempos, no representa un gran impacto directo para la empresa Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo
- herramientas eléctricas de la línea Metabo son productos de primera calidad
- Adquiere nuevos productos METABO en base a la demanda del mercado.
- Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) siguen siendo uno de los principales motores de la modernización económica y social por parte de la empresa Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo En el Ecuador existe actualmente un crecimiento en la aplicación de tecnología avanzada de información para incrementar el comercio.
- En los últimos 5 años en la ciudad de Cuenca el manejo de internet e incrementa en un 247% las negociaciones de la herramientas Eléctrica de la línea Metabo, en donde en la actualidad el interés por el uso del Internet según cifras del INEC estas favorecen al mercado de venta y distribución de las herramientas, siendo de beneficio e interés de los distribuidores de la ciudad de cuenca establecer comunicación a través de los dos distribuidores directos que posee la empresa Indura S.A.

2.2. ANÁLISIS PORTER

AMENAZAS DE NUEVOS COMPETIDORES

Las importaciones y la imposición de la tasa a las compras por internet, la amenaza de nuevos competidores se reduce, permitiendo a las empresas de herramientas eléctricas que tienen años en el mercado con la venta a distribuidores en la ciudad de Cuenca. El sistema financiero nacional y su participación a través de la banca privada y pública encierra aporte directo a quienes con su habilidad crediticia, pueden invertir en herramientas eléctricas de la línea Metabo.

En el mercado existen variedades de Herramientas de distintas marcas por lo que esto afecta a Metabo ya que su calidad es superior lo que hace que la línea se eleve en su costo y sea menos la demanda, creando esto una oportunidad para la empresa de elaborar un producto donde su principal objetivo sea la calidad y aun precio competitivo.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

En la industria de herramienta Metabo en el país no genera la materia prima esta es importada, de distintos lugares bajo la modalidad de Indura como multinacional en el país y existe libre elección en factores relativos de compra, como calidad, diseño, colores y líneas de crédito. El mercado de proveedores de herramientas eléctricas, es variado, las empresas al igual que Indura S.A. no dependen del proveedor sino más bien, de las políticas que se apliquen para la importación de las mismas.

El proveedor es un cliente potencial en el país, que demandan un mayor volumen de compra, convirtiéndoles en clientes claves para el proveedor. La calidad y buen precio son factores indispensables para medir la fidelidad y

atención en los pedidos, calificando en base a estos factores que el abastecimiento y la distribución de los insumos por parte Indura S.A.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

La empresa por ser una multinacional dotada de varias distribuidoras en todo el Ecuador en lo que a herramientas eléctricas de la línea Metabo se trata no es aún reconocida, ha decidido utilizar un solo canal de distribución con dos empresas paulatinamente en el mercado de Cuenca reconocida en Cuenca. La concentración de dos distribuidores, nos da exclusividad de marca Metabo, ubicados en diversos sectores de Cuenca y compitiendo por acaparar la mayor demanda en el mercado.

AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

En el mercado de herramientas eléctricas existen productos sustitutos, que reemplaza a la línea Metabo elemento principal de la empresa Indura S.A., descrito en una misma utilidad. Si el valor de las herramientas sustitutas es cercano o menor al valor que vende Indura S.A., sería una amenaza competitiva, porque los distribuidores podrían optar por una línea similar y más económica.

RIVALIDAD ENTRE EMPRESAS EXISTENTES

La declinación de la demanda de herramientas eléctricas, constituye una amenaza por las variedades de productos similares por el cual no entrará a competir, sino a posesionar su marca y su producto paulatinamente con ayuda de sus distribuidores directos. La comercialización directa permite llegar a un cliente directo y fiel generando confianza en la calidad de variedades de opciones que se presentan en Indura S.A.

2.3. POBLACIÓN, MUESTRA

Tabla 10 Análisis de la población directa o target en la demanda en la ciudad de Cuenca.

POBLACIÓN (N)	
Clientes empresas varias alrededor de Ferretería Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.	90
Ferreterías que son clientes y se encuentran alrededor de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.	65
Distribuidores y clientes que negocian con la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.	145
Total	300

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Selección de la Muestra

Para determinar la satisfacción que tienen los clientes de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo al realizar algún tipo de servicio, se realizarán encuestas, para la misma se utilizará la fórmula de la muestra para proporciones, la misma que se expresa de la siguiente manera:

Ilustración 3 Calculo de la muestra para población Finita

Cálculo de Muestras para Poblaciones Finitas			
	$n =$	$\frac{P * Q * Z^2 * N}{N * E^2 + Z^2 * P * Q}$	
INGRESO DE PARAMETROS			
Tamaño de la Población (N)	245	Tamaño de Muestra	
Error Muestral (E)	0,1	Fórmula	37
Proporción de Éxito (P)	0,8		
Proporción de Fracaso (Q)	0,2	Muestra	
Valor para Confianza (Z) (1)	1,65	Optima	31
(1) Si:			Z

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Tabla 11 Tamaño de la Muestra en la ciudad de Cuenca

MUESTRA (n)	
Clientes empresas varias alrededor de Ferretería Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.	10
Ferreterías que son clientes y se encuentran alrededor de Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.	7
Distribuidores y clientes que negocian con la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.	14
Total	31

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

2.4. LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

Para el presente estudio se utilizarán diferentes técnicas e instrumentos de investigación como los métodos de entrevistas y observación, para conocer el nivel de satisfacción de los distribuidores y mayoristas de herramientas eléctricas de la línea Metabo, que corresponden a una de las partes más importantes por atender en el mercado logístico y comercialización en la ciudad de Cuenca. Esta

información servirá para poder tabular los resultados y realizar cambios para mejorar el servicio de distribución de la línea Metabo.

2.5. SELECCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Tabla 12 Técnicas y Fuentes de la Investigación en el mercado objetivo de Cuenca

FUENTES	TÉCNICAS
Personal de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo involucrado con los procesos de ventas y distribución de herramientas eléctricas	Encuesta
Personal directivo de la institución y mandos medios.	Entrevista a profundidad
Directivos y mandos medios.	Entrevista y verificación por medio de la búsqueda en fuentes secundarias en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo
Recursos humanos	Observación y evaluación de perfiles y personal reclutado con búsqueda en fuentes secundarias.
Clientes internos y externos	Encuesta
Unidades académicas y depto. administrativo	Búsqueda en fuentes secundarias para constatar la elaboración de planes operativos

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Tratamiento de Información

Con los resultados de las encuestas realizadas a los clientes se obtendrá información de las áreas departamentales críticas que posea la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo y que deberán ser atendidas con mayor urgencia. Una vez identificadas las áreas se procederán a analizar los procedimientos que se realizan en cada una de ellas, posteriormente se evaluarán las actividades de estos procesos para identificar los retrasos o problemas que se tiene al momento de la venta, distribución o atención al cliente.

2.6. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Se presenta la tabulación de las encuestas realizadas con respecto al proyecto de reestructuración en el área de ventas de la línea de ferretería y herramientas eléctricas de la línea Metabo, considerando la nueva administración en la distribución y con la actividad financiera e incluso de infraestructura de Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.

Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.

1.- Cual es su Criterio con respecto a la Empresa Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo en el mercado de gases, soldaduras y productos marca Metabo en el país

Efficientes y Responsable ____ Deficiente e Irresponsable ____

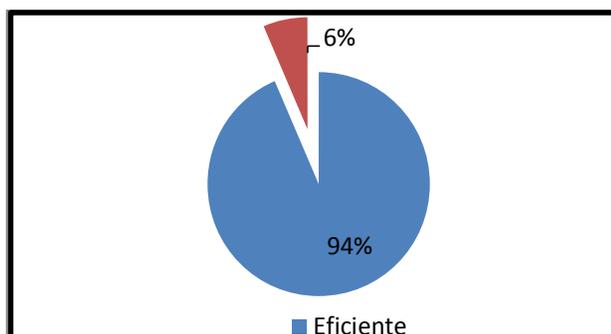
Tabla 13 Criterio del mercado con respecto a la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.

No	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	Eficientes y Responsables	29	94%
2	Ineficiente e Irresponsable	2	6%
	TOTAL	31	100%

Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Gráfico No 2 Eficiencia y Responsabilidad en la comercialización de herramientas eléctricas por parte de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.



Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Análisis.- La encuesta realizada señala que los clientes entre su preferencia confían en una empresa como la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo que asegura confianza, credibilidad y responsabilidad como elementos primordiales en la logística de distribución implementada en la ciudad de Cuenca con un 94% y el 6% de sus requerimientos son ineficientes.

2.- Cuando necesita comprar herramientas eléctricas, Por que elige la marca Metabo de la empresa Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo?

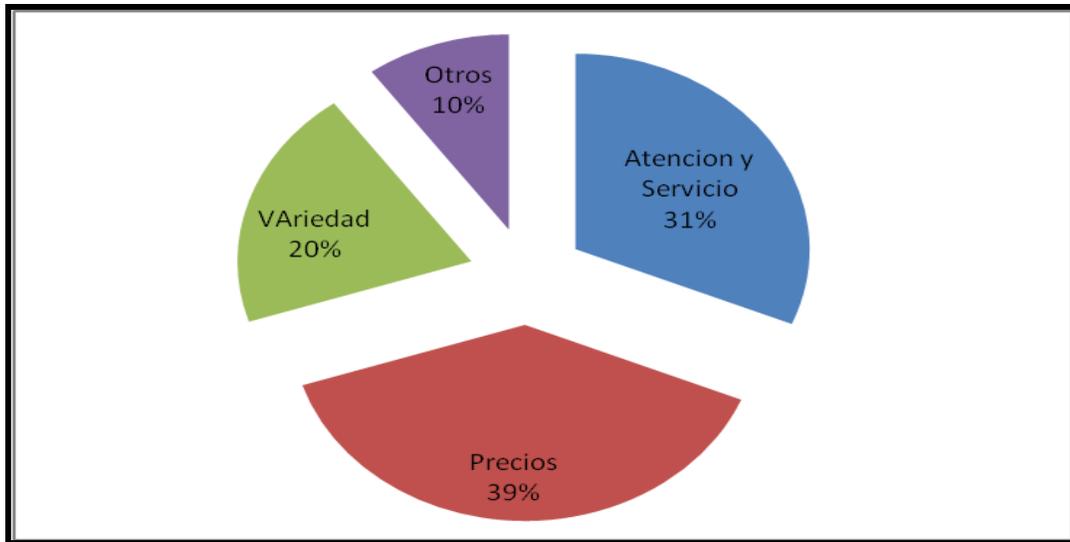
- a) Atención y servicio b) Precio c) Variedad d) otros

Tabla 14 Porque Elige a la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo Al comprar herramientas eléctricas

No	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	Atención y Servicio	25	31%
2	Precios	31	39%
3	Variedad	16	20%
4	Otros	8	10%
	Total	80	100%

Fuente: Encuestas
Realizado por Alex Jaramillo

Gráfico No 3 Porque Elige la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo Al comprar herramientas eléctricas



Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Análisis.- EL resultado señala que el cliente de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo desea entre sus principales preferencias que exista un buen precio en un 39% y la atención con servicio en un 31%, además del surtido en un 20%, es decir en su gran mayoría la gente prefiere Precio, Atención, Servicio y variedad, motivo por lo que la línea Metabo entrara a ser distribuido con varios ítems en la ciudad de Cuenca.

3.- ¿Cuáles son las principales empresas de herramientas eléctricas aparte de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo que usted considera en el mercado como proveedores serios y responsables?

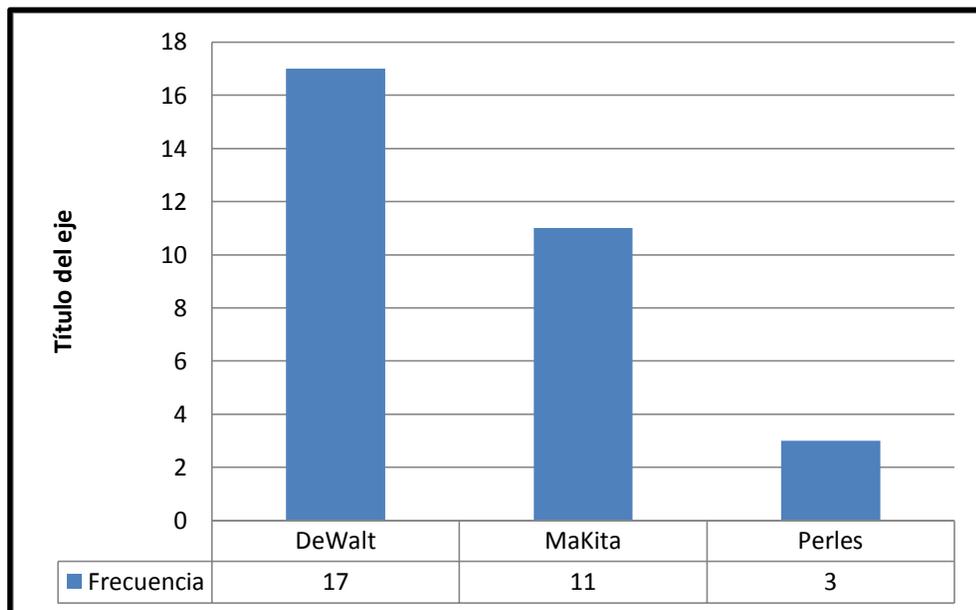
Tabla 15 Principales Competencia de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo

No	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	DeWalt	17	55%
2	MaKita	11	35%
3	PTK, ,MILWAKEE		
	OTROS	3	10%
	Total	31	100%

Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Gráfico No 4 Principales Competencia de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo



Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Análisis.- La Competencia Principal de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo Está representada por DeWalt en un 55% del mercado de herramientas eléctricas y le sigue MaKita con un 35% del mercado y un 10% representada Perles y varias importadora y distribuidoras mayoritarias según la encuesta realizada a nuestros clientes en reconocimiento, experiencia y prestigio que tiene la ciudad de Cuenca.

4.- ¿Desea Usted como proveedor mejora en el Crédito en la compra de herramientas eléctricas por parte de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo?

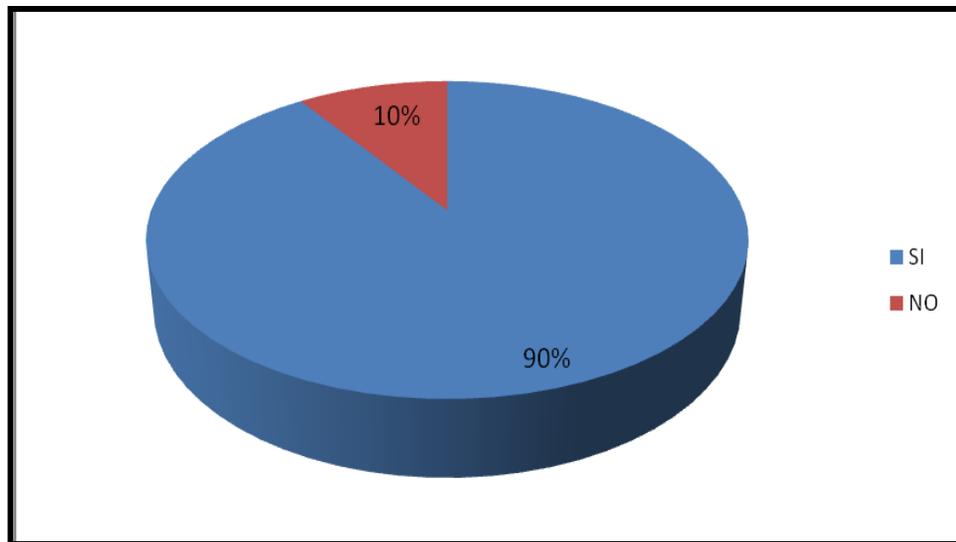
Tabla 16 Crédito en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.

No	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	SI	28	90%
2	NO	3	10%
	TOTAL	31	100,00%

Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Gráfico No 5 Crédito en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.



Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Análisis.-La Compañía Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo debería de ampliar su política de crédito a sus clientes por lo que el 90% desea abrir crédito directo y apenas el 10% paga de contado, esto implica un reajuste en las políticas crediticias que aplica la Principal de Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo en base a crédito directo a distribuidores seguros e incluso a ferreterías de una gran solvencia en el mercado de la ciudad de Cuenca.

5.- ¿Cuál es el Tiempo de crédito que la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo le otorga su principal Cliente?

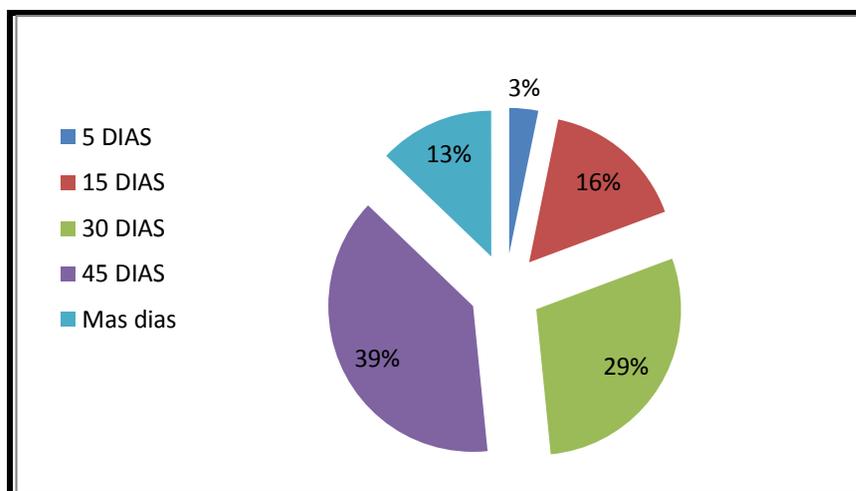
Tabla 17 Tiempo de crédito sugerido por el cliente

No	Factores	Frecuencia	Porcentaje
1	5 DÍAS	1	3%
2	15 DÍAS	5	16%
3	30 DÍAS	9	29%
4	45 DÍAS	12	39%
5	Mas días	4	13%
	Total	31	100%

Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Gráfico No 6 Tiempo de crédito sugerido por el cliente



Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Análisis.- La mayor parte de los clientes de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo desean ampliar sus crédito a un promedio del 39% que representan a 12 clientes, estos sugieren mayor cobertura de crédito otros clientes desean al menos 30 días de créditos y otros sugieren al menos 15 días de crédito, lo que genera una reingeniería parcial en las políticas de crédito aplicada en la distribuidora importadora.

6.- El tiempo que se demora en un pedido telefónico a la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo, el pedido, despacho y entrega ha sido.

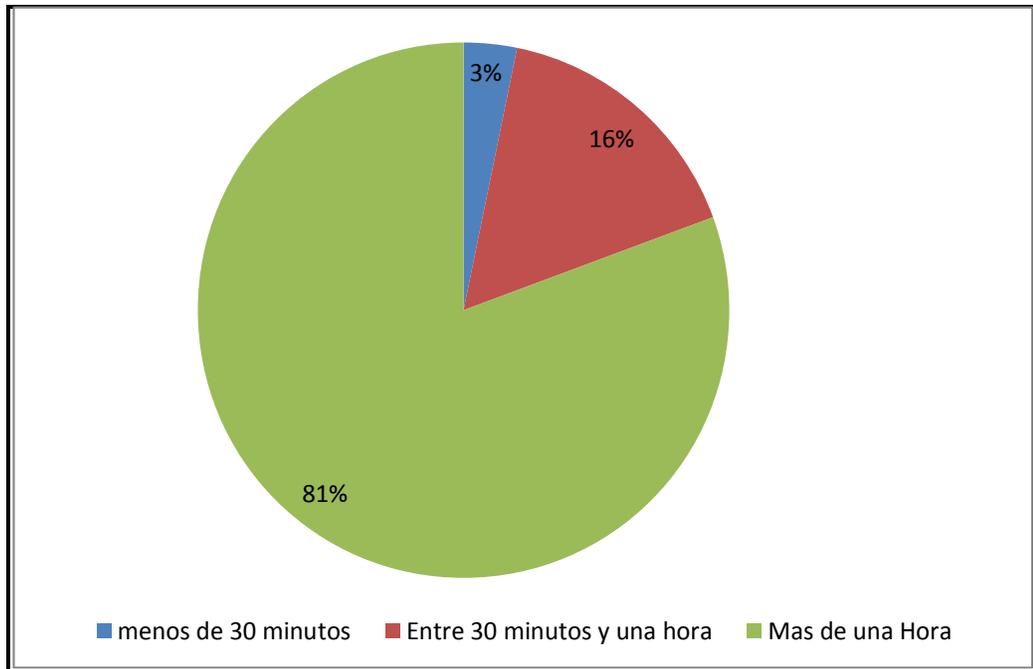
Tabla 18Tiempo de Pedido, Despacho y Entrega

No	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	Menos de 30 minutos	1	3%
2	Entre los 30 minutos y una hora	5	16%
3	Más de una hora	25	81%
	Total	31	100%

Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Gráfico No 7 Tiempo de Pedido, Despacho y Entrega



Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Análisis.- El análisis indica que el 81% de nuestros clientes no tienen una entrega inmediata de los productos que ofrecen la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo, lo que implica una reestructuración en el tiempo de entrega inmediata de los herramientas eléctricas, muchos de los problemas se suscitan en las mismas instalaciones, Es necesario disminuir los procesos y logísticas realizadas.

7.- ¿Detalle la atención al cliente brindada por la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo?

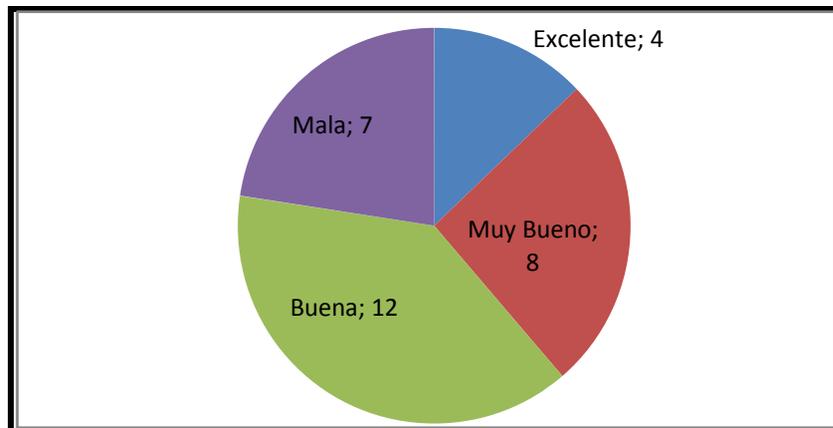
Tabla 19 Atención brindada Por La Empresa Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.

No	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	Excelente	4	15%
2	Muy buena	8	30%
3	Buena	12	44%
4	Mala	7	26%
	TOTAL	31	100,00%

Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Gráfico No 8 Atención brindada Por Ferretería de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo



Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Análisis.- El análisis determina que de los 31 clientes encuestados el 44% sostiene que ha recibido una atención apenas buena, por otra parte 26% sostiene haber recibido una mala atención, también se presenta un 30% de clientes que indican haber recibido una buena atención, un 15% señalan que es excelente el servicio, esto indica que si mejoramos la atención ofrecida en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo vamos a cumplir con los objetivos trazados de expandir la marca Metabo el objetivo trazado en las investigaciones.

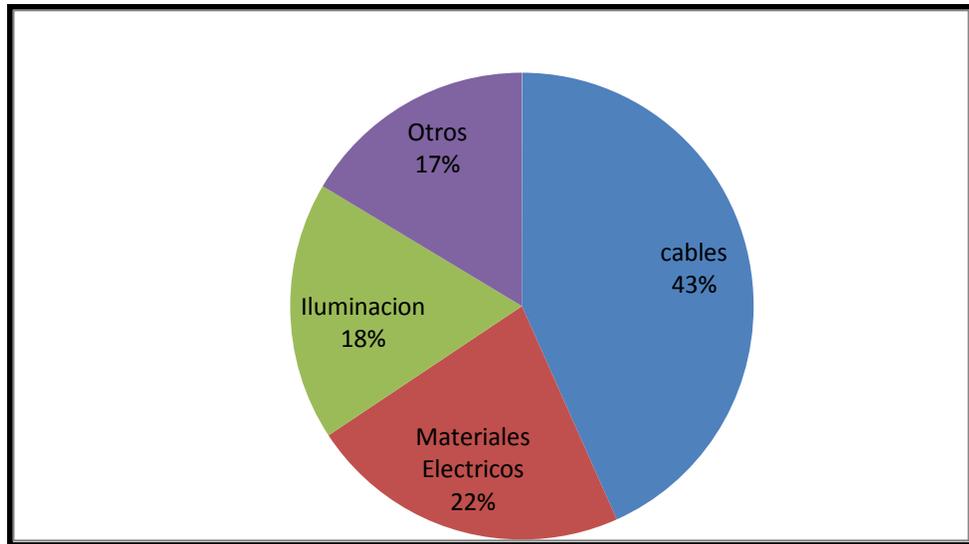
8.- ¿Cuáles son los principales productos de preferencia en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo?

Tabla 20 Principales Productos que se Adquieren en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.

No	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	Línea Metabo	29	43%
2	herramientas eléctricas	15	22%
3	Metalmecánica	12	18%
4	Otros	11	16%
		67	100%

Fuente: Encuestas
Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Gráfico No 9 Principales Productos que se Adquieren en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo



Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Análisis.- El análisis determina que el 43% de los encuestados prefieren adquirir la línea de producto de marca Metabo en nuestras instalaciones y el 22 % se dirigen a adquirir Materiales y un 18% consideran comprar herramientas eléctricas de Iluminación lo que denota una variedad de nuestro clientes en determinados productos en donde el Metabo representa el único interés mayoritario más que los otros ítems.

9.- ¿Desea que la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo le ofrezca el servicio de transporte y entrega inmediata de sus pedidos a cada distribuidora, industria o ferretería de su línea Metabo?

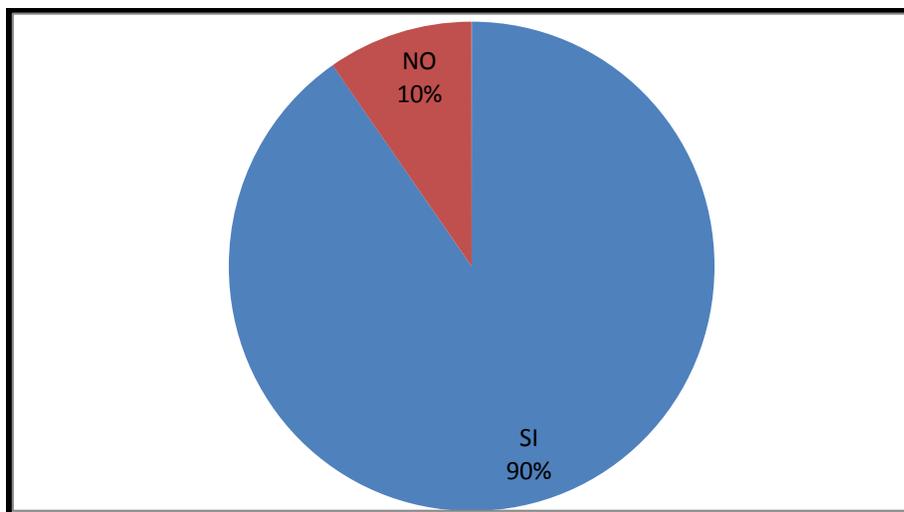
Tabla 21 Prefiere Transporte directo de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo para sus Pedidos

No	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	SI	28	90%
2	NO	3	10%
	Total	31	100%

Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Gráfico No 10 Prefiere Transporte directo de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo para sus Pedidos



Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Análisis.- El análisis determina que de los 90% de los encuestados prefiere que le envíen los herramientas eléctricas, cables e iluminación, Lo que da la garantía de que la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo, al disponer de este servicio de transporte novedoso y nuevo estará satisfaciendo a todos los sus clientes, distribuidores y demás ferretería.

10.- Si visita nuestras instalaciones de la Ferretería Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo en Ventura Plaza que área considera viable resaltar-

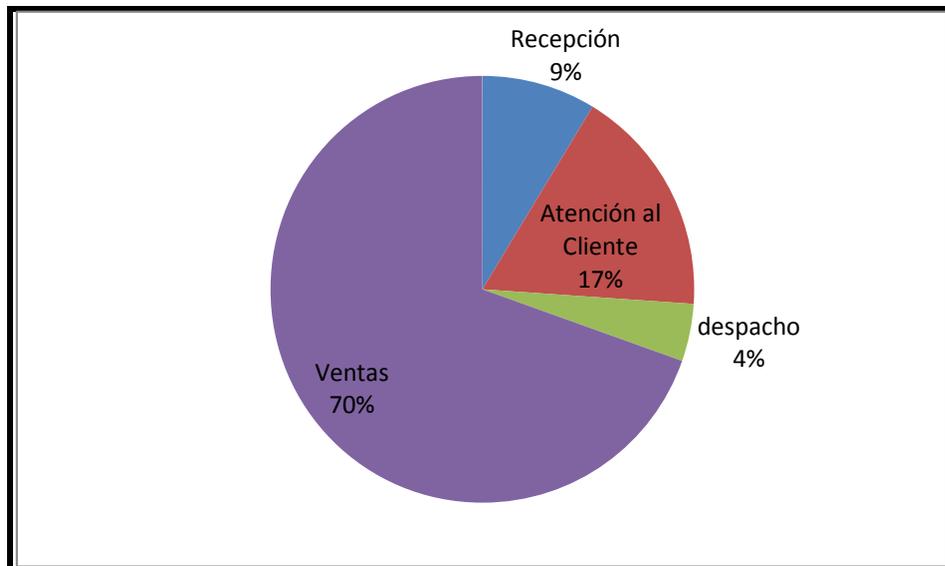
Tabla 22 Que Áreas resaltaría de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo

No	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	Recepción	4	9%
2	Atención al Cliente	8	17%
3	despacho	2	4%
4	Ventas	32	70%
	TOTAL	46	100,00%

Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Gráfico No 11 Que Áreas resaltaría de ferretería de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo



Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Análisis. Este análisis implica que las áreas que trabajan con un valor agregado, la mayor parte señala al área de ventas es decir hay interés por parte de los clientes cuencanos, pero ninguna de ellas están involucradas en áreas de recepción, atención al cliente o despacho, considerando que las áreas que también tienen contacto con los clientes.

11.- ¿Es indispensable un lugar seguro y protegido para hacer las negociaciones y pedidos?

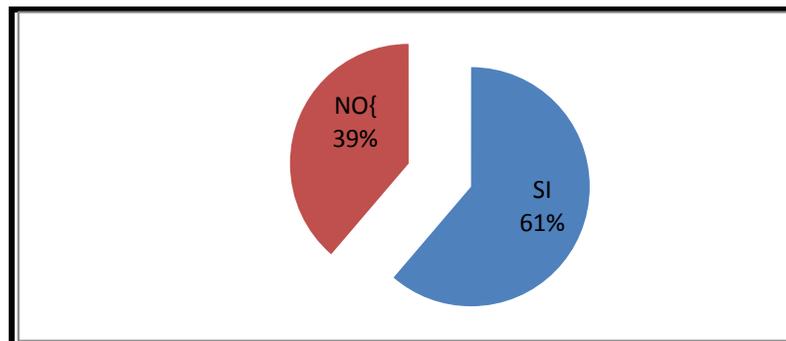
Tabla 23 Protección y seguridad en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.

No	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	SI	19	61%
2	NO	12	39%
	TOTAL	31	100,00%

Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo

Gráfico No 12 Existe Protección y Seguridad en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.



Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Análisis esta pregunta encierra un interés de infraestructura, en la cual se señala que un gran número de personas consideran la infraestructura como un baluarte de interés comercial e imagen institucional, sin embargo a esta pregunta el 40% de las personas no le agradan las instalaciones de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo, esto amerita un cambio en lo posterior para su mejor seguridad, emprendimiento y desarrollo.

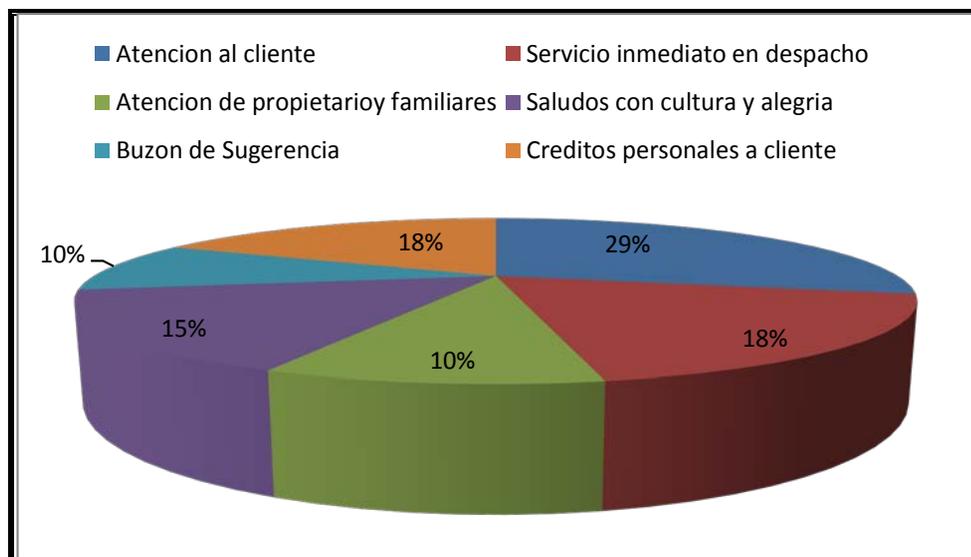
Tabla 24 Estrategias Conocidas en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.

Descripción	Total de Estrategias conocidas
atención al cliente	9
Servicio inmediato en despacho	6
Atención de su propietario y familiares	3
saludos con cultura de alegría	5
buzón de sugerencias	3
Créditos Personales a Cliente	5

Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Gráfico No 13 Estrategias Conocidas en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.



Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

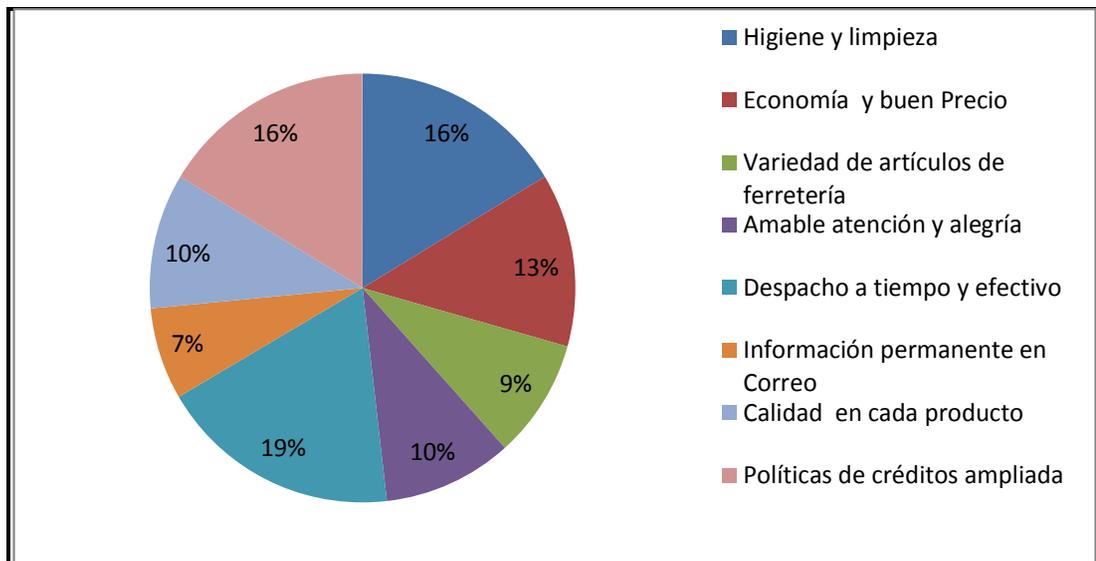
Tabla 25 ¿Qué le agrada percibir como clientes al adquirir la línea Metabo en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo?

Descripción	Total de estrategias conocidas
Higiene y limpieza	5
Economía y buen Precio	4
Variedad de artículos de la línea Metabo	3
Amable, atención y alegría	3
Despacho a tiempo y efectivo	6
Información permanente en Correo,	2
precio Calidad en cada producto de la	3
línea Metabo	5
Políticas de créditos ampliada a 60 días	

Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Gráfico No 14 Que Percibir el cliente al adquirir la línea Metabo en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.



Fuente: Encuestas

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

2.7. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Con el análisis de la encuesta realizada, consideramos que la Hipótesis planteada genere entusiasmo y la acogida necesaria para implementar mejoras con la distribución de los productos de marca Metabo en beneficio de la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo. La encuesta realizada genera una amplia expectativa al invertir en una reestructuración de las diversas líneas que se posee.

Además la capacitación del personal que labora en la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo para impulsar la línea de productos eléctricos de la marca Metabo, generara mejores competencias en el personal de despachadores, choferes, oficiales, entre otros.

Se invertirá en los servicios de transporte cobrando un valor referencial por el servicio que no se verá reflejado en costos adicionales sino más bien involucrado en el precio de los productos Metabo sin dejar de ser competitivo en el mercado de los herramientas eléctricas descrito con sus principales características.

Se hará énfasis por elevar las ventas en los productos derivados de la marca Metabo en los diferentes sectores de cuenca a través de distribuidores y mayorista que inviertan en la logística dando un porcentaje agradable para su trabajo industrial con herramientas eléctricas para así generar más ventas y surtidos, siendo más competitivos en el portafolio de productos y servicios de la línea Metabo que ofrece la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.

CAPÍTULO III.

3. EL PRODUCTO O SERVICIO

3.1. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO SERVICIO A OFRECER

Con la línea de producto METABO se cubrirá parte de las industrias y ferretería del mercado de la ciudad de Cuenca considerando que tanto cliente interno como externo alcanzara las metas debido a la calidad y eficiencia del uso de los productos Metabo. Porque el trabajo debe tener las garantías con cero riesgos detallando catálogos con precios finales que puedes encontrar en la empresa Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo y ofrecer una gama de servicios vinculados al amplio surtido de herramientas eléctricas de la marca y exigencia de METABO. Otras herramientas relacionadas a la comercialización en el mercado de Cuenca se detallan a continuación:

Tabla 26 Productos de la línea METABO a distribuir en la ciudad de Cuenca

1) Taladrador a atornillador de batería	2) Martillo perforador de batería	3) Radio para obras de batería	4) Amoladora recta de batería
5) Taladrador a atornillador de batería	6) Lámpara de mano de batería	7) Lijadora de soldaduras en ángulo de batería	8) Lijadora de banda en punta de batería
9) Taladrador a de percusión de batería	10) Proyector de obra de batería	11) Lijadora de banda para tubos de batería	12) Amoladora angular de batería

13) Sierra circular de mano de batería	14) Sierra de sable de batería	15) Sierra de calar de batería	16) Satinadora de batería
17) Amoladora angular de cabeza plana de batería	18) Atornillador de impacto de batería	19) Pistola de batería para aplicar silicona	20) Martillo cincelador neumático
21) Amoladora recta neumática	22) Atornillador de carraca neumático	23) Atornillador de vaivén neumático	24) Taladradora neumática
25) Aspiradores profesionales eléctricos	26) Lijadora excéntrica eléctrica	27) Sierra de calar eléctrica	28) Sierra de sable pendular eléctrico
29) Tronzadora e ingletadora eléctrica	30) Sierra circular de mesa portátil eléctrica	31) Sierra de cinta eléctrica	

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Principales Productos Metabo

PRODUCTOS CATÁLOGO HERRAMIENTAS ELÉCTRICAS

METABO AMOLADORA ANGULAR DE BATERÍA DE 18 VOLTIOS W 18 LTX 125 QUICK

CARACTERÍSTICAS DE EQUIPAMIENTO



Número de artículo: 6.02174.61

- Carcasa delgada del motor: manejo óptimo
- Motor robusto y resistente al desgaste
- Cambio rápido de herramientas sin llave
- Cubierta protectora regulable sin necesidad de herramientas; se puede fijar ante la torsión
- Batería girable para trabajar en lugares de difícil acceso
- Filtro de polvo desmontable para la protección contra partículas entrantes
- Protección térmica contra sobrecargas
- Arranque electrónico suave
- Seguro contra re arranque
- Sistema de control multifuncional para la protección de la máquina y la batería
- Baterías robustas con indicación de la capacidad
- Tecnología Ultra-M de Metabo: gestión inteligente de la batería para una larga vida de las baterías con garantía de 3 años

Enlaces externos:

 La garantía XXL

DATOS TÉCNICOS:

Tipo de batería	Ion de litio
Capacidad de la batería	4,0 Ah
Tensión de la batería	18 V
Ø de los discos abrasivos	125 mm
Revoluciones marcha en vacío	8.000 /min
Rosca de husillo	M 14
Peso (con batería)	2,4 kg

METABO ATORNILLADOR ELECTRÓNICO DE 400 VATIOS SE 2800

CARACTERÍSTICAS DE EQUIPAMIENTO



Número de artículo: 6.20003.00

- Par de giro elevado
- Máquina compacta, ligera por su diseño tipo tubular para el uso continuo
- Tope de profundidad de dos piezas
- Casquillo del tope de profundidad con pieza delantera de aluminio
- Ajuste preciso de profund.atornillado
- Giro a la derecha e izquierda
- Cambio de herramienta con acoplamiento rápido
- Acoplamiento de garras silencioso
- Electrónica Variospeed (V)
- Gancho de andamio desmontable con depósito de brocas integrado

Enlaces externos:

 La garantía XXL

DATOS TÉCNICOS:

Par de apriete máx.	8 Nm
Revoluciones marcha en vacío	0 - 2.850 /min
Potencia nominal absorbida	400 W
Potencia suministrada	220 W
Revoluciones bajo carga nominal	1.800 /min
Alojamiento de la herramienta	Hexágono interior 1/4" (6,35 mm)
Peso sin cable de red	1,2 kg
Longitud del cable	4 m

METABO CEPILLADORA DE 800 VATIOS HO 0882

CARACTERÍSTICAS DE EQUIPAMIENTO



Número de artículo: 6.00882.00

- Cepillo robusto con base larga de la cepilladora para un gran ámbito de aplicaciones
- Cambio sencillo de la cuchilla gracias al sistema de cartucho
- Profundidad de cepillado y de rebaje de ajuste continuo
- Base de la cepilladora planeada con fresa de fundición a presión de aluminio
- Expulsión de virutas a izq. o dcha. (reversible)
- Es posible la aspiración externa
- Estribo elástico en la base de la cepilladora para depositar la máquina

Enlaces externos:

 La garantía XXL

DATOS TÉCNICOS:

Ancho del cepillo	82 mm
Profundidad de cepillado ajustable	0 - 3 mm
Mayor profundidad de rebaje	23 mm
Revoluciones marcha en vacío	12.000 /min
Potencia nominal absorbida	800 W
Potencia suministrada	430 W
Revoluciones bajo carga nominal	8.200 /min
Longitud de la base del cepillo	290 mm
Peso sin cable de red	3,6 kg
Longitud del cable	2,5 m

METABO CIZALLA DE 550 VATIOS KU 6870

CARACTERÍSTICAS DE EQUIPAMIENTO



Número de artículo: 6.06870.00

- Para cortar sin rebabas y rebordear chapa de acero
- Corte exacto mediante cabezal de corte de alto rendimiento
- Las cuchillas no requieren ningún reajuste durante el trabajo.
- Escobillas de carbón autodesconectantes
- Práctico estribo de apoyo para depositar la máquina

Enlaces externos:

[La garantía XXL](#)

DATOS TÉCNICOS:

Par de giro	6 Nm
Máximo grosor de chapa	
- chapa de acero 400 N/mm ²	2,5 mm
- chapa de acero 600 N/mm ²	2 mm
- chapa de acero 800 N/mm ²	1,6 mm
- Aluminio 250 N/mm ²	2,5 mm
Número de carreras marcha en vacío	3.000 /min
Potencia nominal absorbida	550 W
Potencia suministrada	300 W
Número de carreras bajo carga nominal	1.800 /min
Radio mínimo de curvatura	20 mm
Peso sin cable de red	2,5 kg
Longitud del cable	4,05 m

METABO LIJADORA DE CINTA COMBINADA DE 500 VATIOS BS 175

CARACTERÍSTICAS DE EQUIPAMIENTO



Número de artículo: 6.01750.00

- Máquina robusta, para trabajos exigentes de rectificado, lijado y desbarbado
- Brazo de la lijadora de cinta grande, inclinable de forma continua en 90°
- Motor de inducción silencioso y sin vibraciones, sin mantenimiento
- Motor para corriente alterna monofásica
- Cubiertas protectoras cerrada lateralmente con boquillas de aspiración
- Cubierta protectora con cierre bayoneta para un cambio rápido y fácil de los discos
- Interruptor de parada rápida protegido contra el polvo
- Seguro contra re arranque
- Soportes de las piezas de trabajo desplazables sin herramientas
- Grandes cristales protectores contra chispas para una protección óptima de los ojos
- Pies de goma para amortiguar las vibraciones

Enlaces externos:

 La garantía XXL

DATOS TÉCNICOS:

Discos abrasivos (Ø x grosor x perforación)	175 x 25 x 32 mm
Revoluciones marcha en vacío	2.980 /min
Potencia nominal absorbida	500 W
Potencia suministrada	310 W
Par de vuelco	2,3 Nm
Longitud del brazo de la lijadora de cinta	285 mm
Cinta abrasiva	50 x 1.020 mm
Boquillas de aspiración, Ø interior	35 mm
Peso	14,5 kg
Longitud del cable	2 m

METABO MARTILLO MULTIUSOS UHE 2250 MULTI

CARACTERÍSTICAS DE EQUIPAMIENTO



Número de artículo: 6.00854.00

- Parada de percusión
- Parada de giro
- Cambio portabr. "Quick" de Metabo
- Giro a la derecha e izquierda
- Electrónica Variospeed (V)
- Rueda ajuste: preselección de velocidad
- Robusto motor Marathon de Metabo
- Engranaje de dos velocidades
- Mecanismo de percusión de alta potencia alojado con precisión en una carcasa de aleación de aluminio: duradero y robusto
- Embrague de seguridad S-automatic de Metabo
- Pasacables redondo para proteger el cable para una máxima libertad de movimientos durante el trabajo.

Enlaces externos:

 La garantía XXL

DATOS TÉCNICOS:

Par de giro	13 Nm/13 Nm
Diámetro de perforación en	
- hormigón con perforadora de percusión	22 mm
- mampostería con coronas de perforación	68 mm
- acero	13 mm/6 mm
- madera blanda	28 mm/28 mm
Revoluciones marcha en vacío	0 - 990 / 0 - 2.600 /min
Potencia nominal absorbida	705 W
Potencia suministrada	380 W
Revoluciones bajo carga nominal	610/1.600 /min
Número máx. de golpes	4.300 /min
Energía máx. impacto individ.(EPTA)	2,2 J
Potencia de golpe	141 J/s
Diámetro del cuello de sujeción	50 mm
Alojamiento de la herramienta	SDS-plus
Capacidad del portabrocas	1,5 - 13 mm
Peso sin cable de red	3,6 kg
Longitud del cable	4 m

3.2. CADENA DE VALOR

Tabla 27 Cadena de Valor del Producto Metabo

Actividades de apoyo	Se cuenta con el respaldo de una empresa sólida como la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo con instalaciones en la principales ciudades del Ecuador				
	El mercado de la ciudad de Cuenca goza de una población económicamente activa que desarrolla actividad y liquidez				
	Los procedimientos de la empresa Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo: cuenta con una infraestructura electrónica y software diseñados para la distribución del producto Metabo a diferentes distribuidores mayoristas y minorista en el mercado de la ciudad de Cuenca				
Actividades Primarias	La Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo: cuenta con una cartera de cliente en expansión en donde todos ubican la calidad de los productos y servicio ofrecido a nivel	La distribución existe una política poco apreciable y que genera problemas en la entrega de los productos Metabo por lo que es necesario su reestructuración directa	El producto representa un opción importante en el mercado de la ciudad de Cuenca, por lo que existe una expectativa en el consumo	La comunicación que tenga el Metabo está reflejada en diferentes medios en especial los referidos a redes sociales y mailling, entre otros	la empresa Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo tiene una excelente imagen en el desarrollo de múltiples productos y actividades siendo

	nacional e internacional				responsables en cada una de ellas
Cadena de Valor	Logística de importación de la línea de METABO	Operaciones	Logística del Metabo en los clientes	Mercadotecnia	Servicio al cliente

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

3.3. ANÁLISIS FODA

Análisis de las Fortalezas

1. Los recursos humanos con que cuenta la empresa Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo están capacitados para atender las diferentes ofertas y demandas que ocasiona las operaciones en el mercado de la ciudad de Cuenca, en especial los productos derivados de la marca Metabo.

2. Se cuenta con variedades de artículos relacionados con la marca Metabo
3. La tecnología con la que cuenta esta relacionados con la moderna aplicación de las tic en software y hardware
4. Se cuenta con liquidez en toda la empresa Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo señal de organización y calidad
5. Los bienes inmuebles fortalecen la logística de distribución
6. Se posee una marca reconocida a nivel mundial
7. Aplica técnicas de atención y servicio al cliente reflejado en los distribuidores, mayorista y minoristas

Análisis de las Oportunidades

1. Mercado cuencano en crecimiento constante y además con oportunidades de nuevas empresas e industrias.
2. Subida de los impuesto en aranceles para evitar la importación y fomentar la industria ecuatoriana
3. Posibilidades de expandirnos a toda las ciudades del Ecuador.

Análisis de las Debilidades

1. Falta de un capital solido de capital de trabajo para ampliar las distribución en las diferente ciudades de la provincia del Azuay.
2. Gerencia General deben ofrecer nuevas alternativas de comercialización y metas.
3. Competencia desequilibrada y deshonesta

Amenazas

1. Marcas variadas y sin control de precio
2. La Aparición de nuevas herramientas sustitutas a precio cómodo y mala calidad.

MATRIZ FODA

Descripción	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZA 1 Los recursos humanos exclusivos de la línea Metabo están capacitados 2 Se cuenta con variedades de artículos con la marca Metabo	F1O1 El personal de Venta de la línea dará a conocer a todos los consumidores las ventajas, calidad y precio	F2A1 Es necesario ampliar la línea de producto y a la vez estar al día con innovaciones y repuestos

<p>3La tecnología en software y hardware</p> <p>4Se cuenta con liquidez y representantes exclusivos de la línea Metabo</p> <p>5Logística de distribución</p> <p>6Marca reconocida a nivel mundial</p> <p>7Atención y servicio a distribuidores</p>	<p>de consumo de la línea Metabo</p> <p>F401 Realizar actividades relacionadas publicidad en todos los distribuidores de la línea Metabo.</p> <p>F602 LA marca es el indicador que permitirá establecer una marca en todo el Ecuador</p>	<p>F702 Dar charlas de capacitación para los vendedores de distribuidores con el fin de señalar calidad y precio únicos de METABO</p>
<p>DEBILIDADES</p> <p>1Falta de un capital solido ampliar las distribución</p> <p>2Recursos humanos debe de ofrecer nuevas alternativas y metas.</p> <p>3Competencia deshonestas</p>	<p>D102 Es necesario buscar liquidez a través de un crédito para la expansión del mercado Metabo.</p> <p>D302 es importante tener una distribución de Metabo señalando la importancia de calidad, y precio además de garantía Internacional.</p>	<p>D2A2 Informar todo lo necesario a distribuidores y consumidores finales detallando el talento e innovación de los productos Metabo</p>

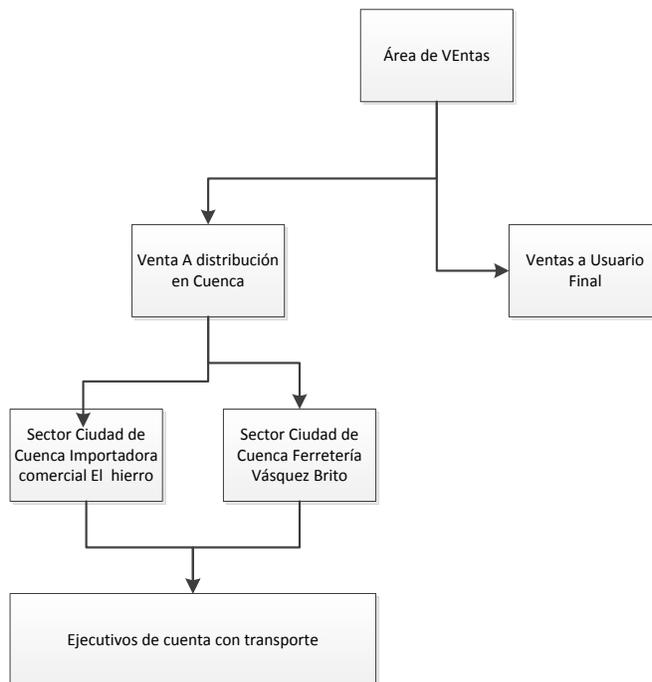
Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez.

CAPÍTULO IV.

4. PLANES ESTRATÉGICO

4.1. PLAN DE VENTAS

La distribución de los elementos de Indura se la desarrolla en 3 ejes fundamentales de expansión de mercadería, siendo el proceso garantizado en el área de ventas de la línea Metabo en distribución a todos los centro de venta de herramientas eléctricas en la ciudad de cuenca generando actividades desde el norte y sur de la ciudad, al igual que de este a oeste, con el fin de abarcar todo el mercado con 2 Distribuidores directamente ligados y centralizados en base a recorridos, llevando los pedidos y la facturación en ambos casos, así como se detalla a continuación en la gráfica.



Realizado por Alex Jaramillo

Importadora Comercial El Hierro

Comercial El Hierro es una iniciativa del señor Rodrigo Matute que emprendió la venta de materiales y herramientas, tiene 11 agencias en cantones del Azuay y otras ciudades del Ecuador. El secreto es surtir las herramientas y productos en varilla de hierro, alambres, clavos, cemento y más materiales para construir, El Hierro nace hace 20 años, junto a la Universidad Salesiana, quien además construye el almacén Mega Hierro por Matute con exhibición de todos sus productos en el local.

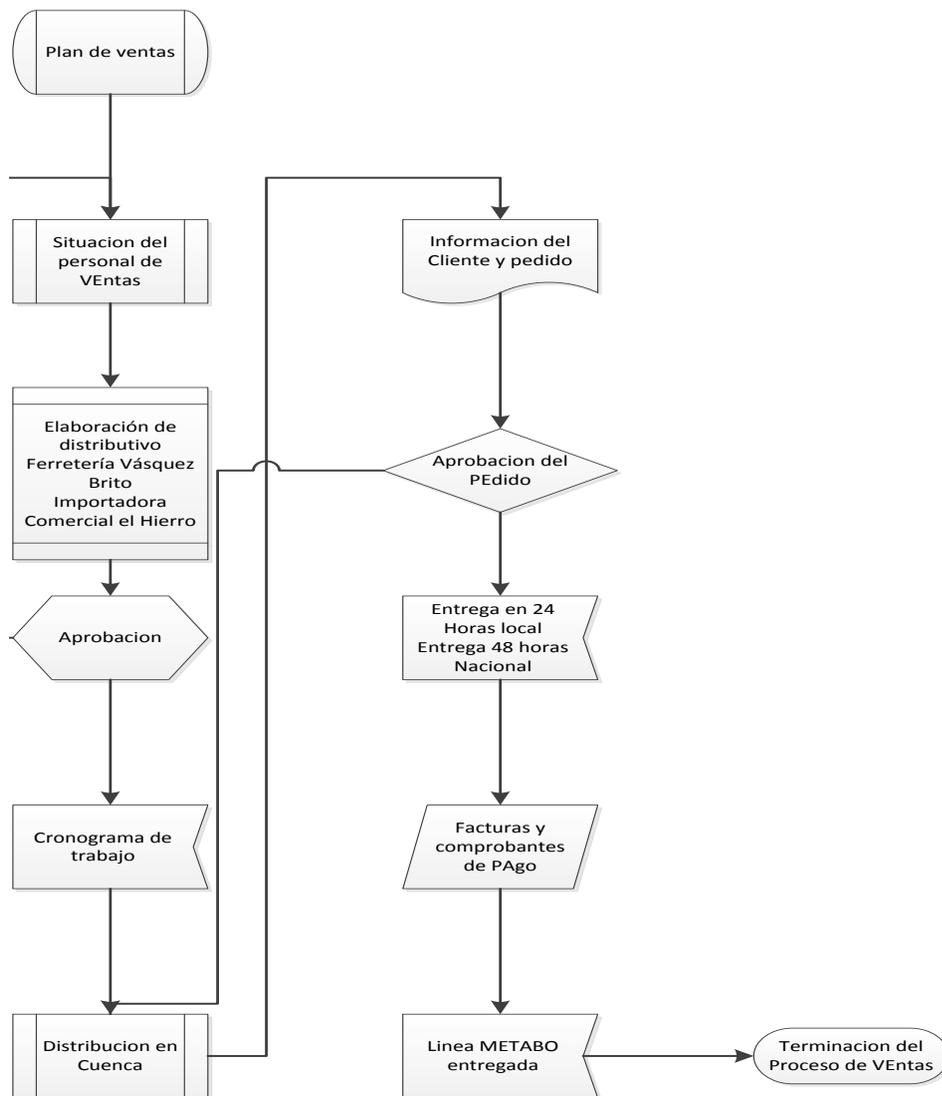
Ferretería Vásquez Brito

Sergio Vásquez administrador y gerente de una de las principales ferretería en el sector de la ciudad de Cuenca, entrega y vende materiales para la construcción desde hace 25 años, sirviendo a muchas empresas dedicadas a proyectos de infraestructura, cuenta con un edificio propio condicionado con materiales de ferretería, herramienta Eléctricas y demás elementos directamente para la construcción, industria y hogar, su equipo de trabajo lo conforma un promedio de 12 vendedores que se desplazan puerta a puerta para conquistar el mercado de la ciudad además de acaparar la atención de los implemento de herramientas Metabo.

Se atiende también de manera directa a todos aquellos clientes que acuden a las instalaciones y viabilizan sus compras en base a facturación y el pedido se lo lleva directamente en el momento de realizar acciones relacionadas con el servicio de entrega directa. Existe además un departamento directo que se lo establece como ventas o negocios a clientes provinciales y cantonales, en donde las ventas se la realizan en base a los diversos medios de comunicación existente.

4.2. Fuerza de ventas

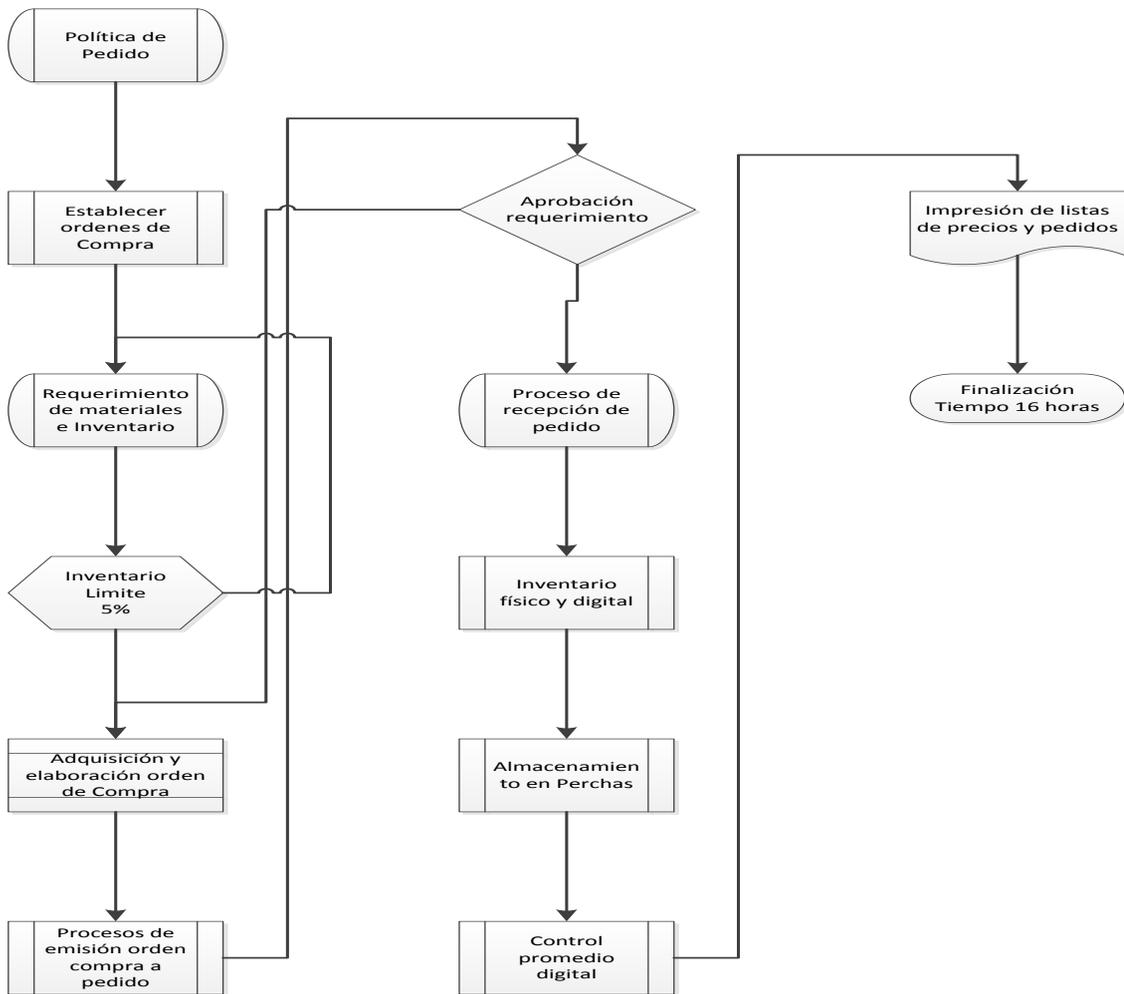
Para el plan de negociación de promocionar y distribuir estas herramientas en la ciudad de Cuenca, se realizará la contratación de un ejecutivo de cuenta, previo análisis del perfil solicitado para el cargo y mediante una entrevista personal con el gerente general.



Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Política de pedidos

- Recepción de la orden de pedido por parte de distribuidor.
- Los pedidos se realizarán a través de una orden realizada por el ejecutivo de cuentas, y aprobada por el gerente de ventas.
- Los pedidos del producto estarán sujetos a las fechas impuestas por el distribuidor.
- El producto será entregado en el lapso de 30 días, una vez solicitado el pedido y entregado el diseño por el distribuidor.
- Se receipta la factura, en la cual se detalla la fecha máxima de pago.

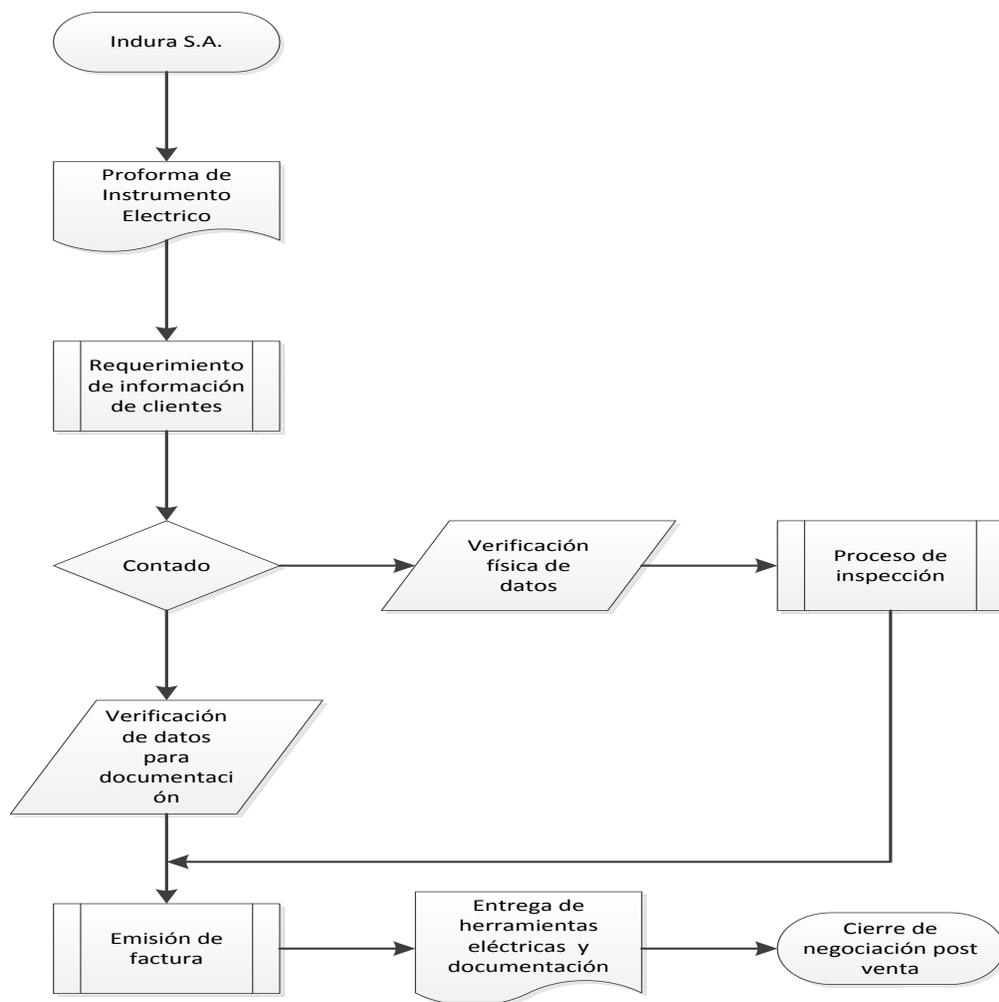


Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Políticas de crédito y cobranzas

Se establecerá un crédito por factura dependiendo del cliente de 30, 60 y 90 días respectivamente, considerando estrategias de pronto pago y realiza

Proceso de facturación de Herramienta Electrónica Metabo



Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Garantías Políticas de ventas internas

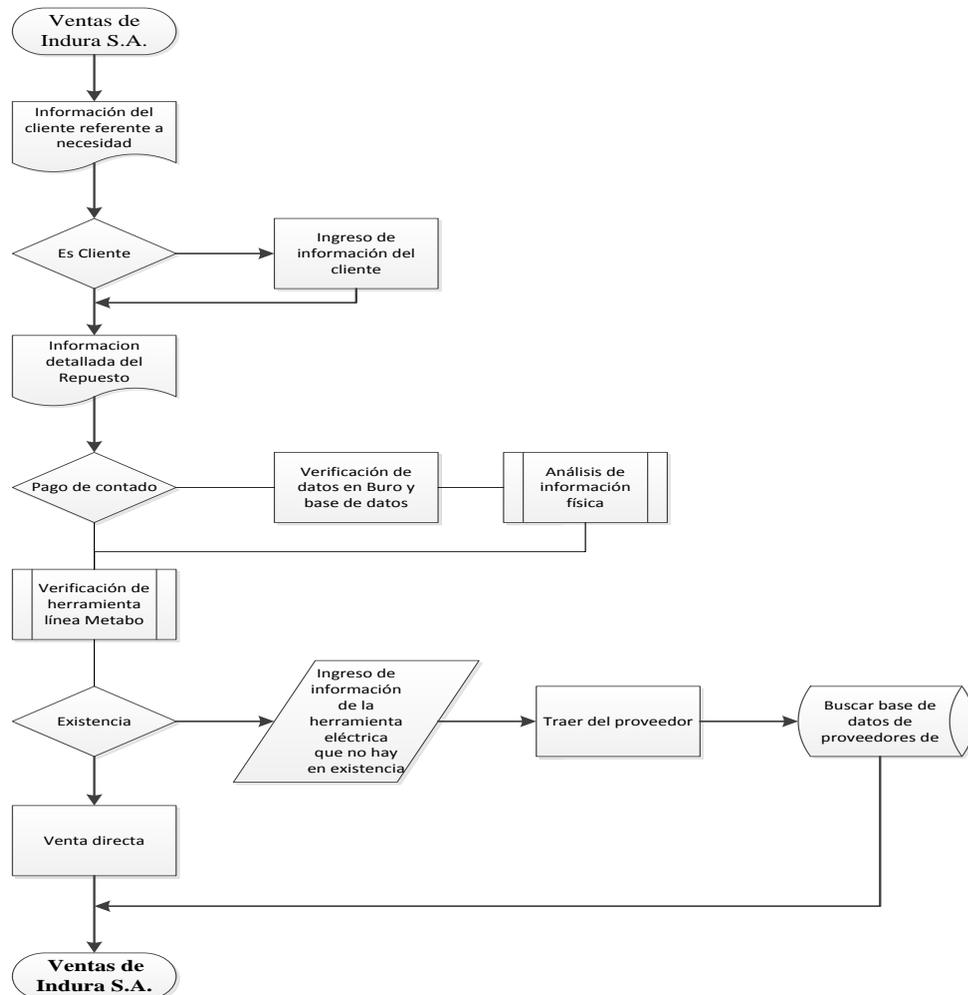
- Se firmará un contrato con el distribuidor como proveedor de camisas, bajo los parámetros que soliciten.
- Todas las condiciones acordadas al inicio de la negociación con el distribuidor, deberán estar establecidas por escrito.
- La garantía del producto terminado es de un año.
- No se aceptan devoluciones.



Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

Políticas de ventas internas

- Elaborar y efectuar seguimiento del plan maestro de ventas y maquilas.
- Definir estrategias y objetivos a corto, mediano y largo plazo
- Controlar la calidad del servicio brindado
- Mantener actualizado el inventario
- La marca deberá contar con presencia y permanencia demostrada en el mercado nacional.



Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez

4.3. RELACIÓN CON LA MERCADOTECNIA

Productos





Precios

LISTA PRECIOS METABO			
SAP	PRODUCTO	MODELO	PRECIO LISTA
1042558	TALADRO 5/8	BE 75-16	\$ 360
1042570	TALADRO MAGNÉTICO	MAG 32	\$ 1835
1042571	TALADRO MAGNÉTICO	MAG 50	\$ 2800
1042551	TAL MAG CON ACUMULADOR	MAG 28	\$ 3125
1042545	AMOLADORA ANGULAR 4 1/2	WE 14	\$ 230
1042546	AMOLADORA ANGULAR 4 1/2	WEPBA 14	\$ 270
1042549	TRONZADORA 14 "	CS 23	\$ 320
1042547	AMOLADORA 7 "	W 24	\$ 345
1042548	AMOLADORA 9 "	W 24/ 230	\$ 345
1042554	SATINADORA	SE 12	\$ 1110
1042557	AMOLADORA RECTA	GE 710	\$ 305
1042550	ESMERIL BANCO	DSD 250	\$ 485

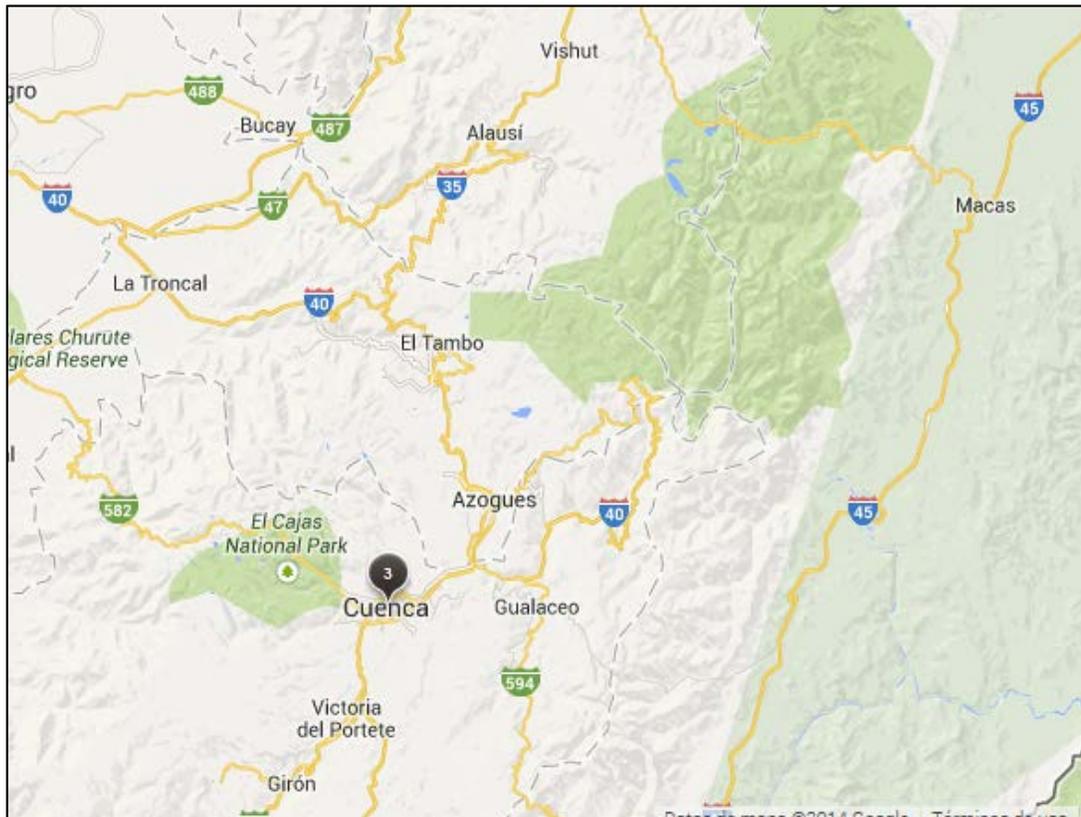
Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez.

Plaza

La empresa ferretería Vásquez Brito y la empresa importadora comercial el Hierro son dos socios estratégicos con lo que cuenta la ciudad de Cuenca y la empresa Indura S.A, en donde son los principales proveedores de herramientas electrónicas en todo el mercado de industrias y hogares respectivamente, garantizando con los vendedores de cada distribuidora la acogida en la diversas empresas mayorista, en donde la calidad, el precio y el servicio serán los principales factores para describir la intención de acaparar el mercado a pesar de

ser el mismo proveedor los clientes se los consigue por las estrategias que apliquen ambos distribuidores.

Ilustración 4 Mercado consolidado por empresa del Hierro y Vásquez Brito en Cuenca



Fuente: Google Maps

Promoción

Unidades gratis a distribuidores

Esto implica que la empresa Indura S.A. ente sus políticas de ventas representa a un respaldo a los clientes en el momento de que las factura sobrepasen los 5000 dólares se procederá dar unidades gratuitas al cliente distribuidor con el fin de generar mayor venta y utilidades para ellos, reflejando constancia en compras y distribuciones de la línea Metabo, además de seguir

ampliando el monto de ventas se promocionara entre los mejores ejecutivo de la empresa del Hierro y de la ferretería Vásquez Brito, compensaciones por ventas limites, ofreciéndoles viajes y descuento por adquisición de equipos materiales y alimentos entre los diferentes productos que posee la empresa Indura, dentro del mercado cuencano a elección de los ejecutivos.

Descuento por monto de compra

Al igual que agregar más artículos, se otorgara un descuento por compra que superen el límite de 5000 dólares mensuales, siendo el presente una alternativa además para disminuir la factura y que se aplique los condicionantes base para la otorgación de descuento por pronto de pago de facture, descuento por variedades de artículos similares que se distribuye

CAPITULO V

5. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

5.1. Determinación de la inversión inicial

ACTIVO NO CORRIENTE	Cantidad	Valor con IVA Total
ÁREA LINEA DE METABO		
instalación infraestructura Metabo		
Transporte Carry distribución Cuenca		8000
Herramientas de montaje		1200
Sistemas de control de mercadería		1450
Computadoras para inventarios		800
software y sistema de distribución		1200
Materiales y equipos de oficina		1250
Herramientas auxiliares		1800
Equipos eléctricos prueba y ensayo Metabo	5	900
TOTAL		\$ 16.600,00
ÁREA ADMINISTRATIVA		
Computadores	1	\$ 550,00
Muebles y Enseres	1	\$ 350,00

		\$
Impresora Multifuncional	1	300,00
		\$
Teléfonos	1	250,00
		\$
Archivadores	1	150,00
		\$
Materiales eléctricos promocionales	1	3.200,00
		\$
Otros equipos administrativos	1	650,00
TOTAL		\$ 5.450,00
TOTAL INVERSIÓN FIJA		\$ 22.050,00

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez.

Ciclo de Efectivo de Indura S.A.

CICLO DE EFECTIVO	
Días de Adquisición y Producción	30
Días de Venta	15
Días de Cobro	30
(-) Días de Pago	30
CICLO EFECTIVO EN DÍAS	45

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez.

CAPITAL DE TRABAJO	
	Año 1
COSTO DE VENTA	\$ 364.894,99
GASTOS ADM.	\$ 38.590,33
GASTOS VENTA	\$ 262.560,00
CAO	\$ 666.045,33
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 83.255,67

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez.

Gastos Pre operativos

GASTOS PRE-OPERATIVOS	Valor Total
Gastos de constitución de empresas	\$ 800,00
TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$ 800,00
INVERSIÓN INICIAL	Valor Total
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 22.050,00
TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$ 800,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 83.255,67
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$ 106.105,67

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez.

5.2. Fuentes de financiamiento

Inversión		
Total		
INVERSIÓN FIJA	\$	22.050,00
GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$	800,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$	83.255,67
		\$
		106.105,67
Capital		\$
Propio		20.000,00
		\$
CAPITAL REQUERIDO		86.105,67

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez.

Condiciones del Crédito		
Valor del Préstamo	\$	85.000,00
Periodos de pago	60	
Tasa de interés	16%	
Forma de capitalización	mensual a 5 años	
		\$
PAGO		2.067,03

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez.

No.A77	Principal	Intereses	Pago	Amort. Prést.
0			\$ 2.067,03	\$ 85.000,00
1	\$ 933,70	\$ 1.133,33	\$ 2.067,03	\$ 84.066,30
2	\$ 946,15	\$ 1.120,88	\$ 2.067,03	\$ 83.120,15
3	\$ 958,77	\$ 1.108,27	\$ 2.067,03	\$ 82.161,38
4	\$ 971,55	\$ 1.095,49	\$ 2.067,03	\$ 81.189,83
5	\$ 984,50	\$ 1.082,53	\$ 2.067,03	\$ 80.205,33
6	\$ 997,63	\$ 1.069,40	\$ 2.067,03	\$ 79.207,70
7	\$ 1.010,93	\$ 1.056,10	\$ 2.067,03	\$ 78.196,77
8	\$ 1.024,41	\$ 1.042,62	\$ 2.067,03	\$ 77.172,35
9	\$ 1.038,07	\$ 1.028,96	\$ 2.067,03	\$ 76.134,28
10	\$ 1.051,91	\$ 1.015,12	\$ 2.067,03	\$ 75.082,37
11	\$ 1.065,94	\$ 1.001,10	\$ 2.067,03	\$ 74.016,44
12	\$ 1.080,15	\$ 986,89	\$ 2.067,03	\$ 72.936,29
13	\$ 1.094,55	\$ 972,48	\$ 2.067,03	\$ 71.841,74
14	\$ 1.109,15	\$ 957,89	\$ 2.067,03	\$ 70.732,59
15	\$ 1.123,93	\$ 943,10	\$ 2.067,03	\$ 69.608,66
16	\$ 1.138,92	\$ 928,12	\$ 2.067,03	\$ 68.469,74
17	\$ 1.154,11	\$ 912,93	\$ 2.067,03	\$ 67.315,63
18	\$ 1.169,49	\$ 897,54	\$ 2.067,03	\$ 66.146,14

19	\$	1.185,09	\$ 881,95	\$ 2.067,03	\$ 64.961,05
20	\$	1.200,89	\$ 866,15	\$ 2.067,03	\$ 63.760,17
21	\$	1.216,90	\$ 850,14	\$ 2.067,03	\$ 62.543,27
22	\$	1.233,12	\$ 833,91	\$ 2.067,03	\$ 61.310,14
23	\$	1.249,57	\$ 817,47	\$ 2.067,03	\$ 60.060,58
24	\$	1.266,23	\$ 800,81	\$ 2.067,03	\$ 58.794,35
25	\$	1.283,11	\$ 783,92	\$ 2.067,03	\$ 57.511,24
26	\$	1.300,22	\$ 766,82	\$ 2.067,03	\$ 56.211,02
27	\$	1.317,55	\$ 749,48	\$ 2.067,03	\$ 54.893,47
28	\$	1.335,12	\$ 731,91	\$ 2.067,03	\$ 53.558,34
29	\$	1.352,92	\$ 714,11	\$ 2.067,03	\$ 52.205,42
30	\$	1.370,96	\$ 696,07	\$ 2.067,03	\$ 50.834,46
31	\$	1.389,24	\$ 677,79	\$ 2.067,03	\$ 49.445,22
32	\$	1.407,77	\$ 659,27	\$ 2.067,03	\$ 48.037,45
33	\$	1.426,54	\$ 640,50	\$ 2.067,03	\$ 46.610,91
34	\$	1.445,56	\$ 621,48	\$ 2.067,03	\$ 45.165,36
35	\$	1.464,83	\$ 602,20	\$ 2.067,03	\$ 43.700,53
36	\$	1.484,36	\$ 582,67	\$ 2.067,03	\$ 42.216,17
37	\$	1.504,15	\$ 562,88	\$ 2.067,03	\$ 40.712,01
38	\$	1.524,21	\$ 542,83	\$ 2.067,03	\$ 39.187,81
39	\$	1.544,53	\$ 522,50	\$ 2.067,03	\$ 37.643,28
40	\$	1.565,12	\$ 501,91	\$ 2.067,03	\$ 36.078,15

41	\$	1.585,99	\$ 481,04	\$ 2.067,03	\$ 34.492,16
42	\$	1.607,14	\$ 459,90	\$ 2.067,03	\$ 32.885,02
43	\$	1.628,57	\$ 438,47	\$ 2.067,03	\$ 31.256,45
44	\$	1.650,28	\$ 416,75	\$ 2.067,03	\$ 29.606,17
45	\$	1.672,29	\$ 394,75	\$ 2.067,03	\$ 27.933,88
46	\$	1.694,58	\$ 372,45	\$ 2.067,03	\$ 26.239,30
47	\$	1.717,18	\$ 349,86	\$ 2.067,03	\$ 24.522,12
48	\$	1.740,07	\$ 326,96	\$ 2.067,03	\$ 22.782,05
49	\$	1.763,27	\$ 303,76	\$ 2.067,03	\$ 21.018,77
50	\$	1.786,78	\$ 280,25	\$ 2.067,03	\$ 19.231,99
51	\$	1.810,61	\$ 256,43	\$ 2.067,03	\$ 17.421,38
52	\$	1.834,75	\$ 232,29	\$ 2.067,03	\$ 15.586,63
53	\$	1.859,21	\$ 207,82	\$ 2.067,03	\$ 13.727,42
54	\$	1.884,00	\$ 183,03	\$ 2.067,03	\$ 11.843,42
55	\$	1.909,12	\$ 157,91	\$ 2.067,03	\$ 9.934,29
56	\$	1.934,58	\$ 132,46	\$ 2.067,03	\$ 7.999,72
57	\$	1.960,37	\$ 106,66	\$ 2.067,03	\$ 6.039,34
58	\$	1.986,51	\$ 80,52	\$ 2.067,03	\$ 4.052,83
59	\$	2.013,00	\$ 54,04	\$ 2.067,03	\$ 2.039,84
60	\$	2.039,84	\$ 27,20	\$ 2.067,03	\$ (0,00)

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez.

5.3. Ventas Anuales

INGRESO POR VENTA LINEA METABO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Facturas de ventas al					
Mes	4	4	4	4	4
Precio de Venta			\$	\$	\$
Metabo promedio	\$ 7.500,00	\$ 7.875,00	8.268,75	8.682,19	9.116,30
		\$	\$	\$	\$
Cliente Vásquez Brito	\$ 30.000,00	32.130,00	34.411,23	36.854,43	39.471,09
		\$	\$	\$	\$
Cliente del Hierro	\$ 30.000,00	32.130,00	34.411,23	36.854,43	39.471,09
		\$	\$	\$	\$
Total	\$ 60.000,00	64.260,00	68.822,46	73.708,85	78.942,18
		\$	\$	\$	\$
ingreso anual	\$720.000,00	771.120,00	825.869,52	884.506,26	947.306,20
	\$	\$	\$	\$	\$
INGRESOS ANUALES	720.000,00	771.120,00	825.869,52	884.506,26	947.306,20

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez.

QUE ES METABO PROMEDIO 7500

Costos totales de materiales directos

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS PRODUCTOS METABO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades					
Compradas Orden					
al Mes	4,00	4,08	4,16	4,24	4,33
COSTO de Venta	7.500,00	7.875,00	8.268,75	8.682,19	9.116,30
Pago A Metabo	30.000,00	32.130,00	34.411,23	36.854,43	39.471,09
	\$	\$	\$	\$	\$
Ingresos Mensuales	360.000,00	385.560,00	412.934,76	442.253,13	473.653,10
Costo Material	\$	\$	\$	\$	\$
Directo / Año	360.000,00	385.560,00	412.934,76	442.253,13	473.653,10

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez.

PORQUE COSTO VENTA 7500

Estado financiero

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		\$	\$	\$	\$	\$
VENTAS		720.000,00	771.120,00	825.869,52	884.506,26	947.306,20
(-) Costo de Venta		\$ (364.894,99)	\$ (390.454,99)	\$ (417.829,75)	\$ (447.148,12)	\$ (478.548,09)
(=) Utilidad Bruta		\$ 355.105,01	\$ 380.665,01	\$ 408.039,77	\$ 437.358,13	\$ 468.758,11
(-) Gastos Administrativos		\$ (38.590,33)	\$ (37.790,33)	\$ (37.790,33)	\$ (37.790,33)	\$ (37.790,33)
(-) Gastos de Ventas		\$ (262.560,00)	\$ (262.585,56)	\$ (262.612,93)	\$ (262.642,25)	\$ (262.673,65)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 53.954,67	\$ 80.289,11	\$ 107.636,50	\$ 136.925,55	\$ 168.294,12
(-) Gastos Financieros		\$ (12.740,71)	\$ (10.662,48)	\$ (8.226,24)	\$ (5.370,30)	\$ (2.022,37)
(=) UAIT		\$ 41.213,97	\$ 69.626,63	\$ 99.410,26	\$ 131.555,25	\$ 166.271,75
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (6.182,10)	\$ (10.443,99)	\$ (14.911,54)	\$ (19.733,29)	\$ (24.940,76)
(-) Impuesto a la Renta	25%	\$ (8.757,97)	\$ (14.795,66)	\$ (21.124,68)	\$ (27.955,49)	\$ (35.332,75)
UTILIDAD NETA		\$ 26.273,90	\$ 44.386,98	\$ 63.374,04	\$ 83.866,47	\$ 105.998,24

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez.

DE DÓNDE SACA COSTO VENTA

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
LINEA METABO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN	\$					
FIJA*	(22.050,00)					
		\$	\$	\$	\$	\$
UAIT		41.213,97	69.626,63	99.410,26	131.555,25	166.271,75
Pago Part.		\$	\$	\$	\$	\$
Trab.		-	(6.182,10)	(10.443,99)	(14.911,54)	(19.733,29)
		\$	\$	\$	\$	\$
Pago de IR		-	(8.757,97)	(14.795,66)	(21.124,68)	(27.955,49)
EFFECTIVO		\$	\$	\$	\$	\$
NETO		41.213,97	54.686,57	74.170,61	95.519,03	118.582,97
(+) Deprec.		\$	\$	\$	\$	\$
Área Prod.		3.154,99	3.154,99	3.154,99	3.154,99	3.154,99
(+) Deprec.		\$	\$	\$	\$	\$
Área Adm.		1.088,33	1.088,33	1.088,33	1.088,33	1.088,33
(+) Aporte	\$					
Accionistas	20.000,00					
(+) Préstamo	\$	\$	\$	\$	\$	\$
concedido	85.000,00	(12.063,71)	(14.141,94)	(16.578,18)	(19.434,12)	(22.782,05)
FLUJO NETO	\$	\$	\$	\$	\$	\$
DEL PERIODO	82.950,00	33.393,58	44.787,96	61.835,75	80.328,24	100.044,25
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
(+) Saldo Inicial	-	82.950,00	116.343,58	161.131,54	222.967,29	303.295,53
(=) FLUJO	\$	\$	\$	\$	\$	\$
ACUMULADO	82.950,00	116.343,58	161.131,54	222.967,29	303.295,53	403.339,78

(Unidad de Valor Agregado)

ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADOS

LINEA METABO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
A. CORRIENTE						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Efectivo	82.950,00	116.343,58	161.131,54	222.967,29	303.295,53	403.339,78
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total Activo Corriente	82.950,00	116.343,58	161.131,54	222.967,29	303.295,53	403.339,78
A. NO CORRIENTE						
instalación	\$	\$	\$	\$	\$	\$
infraestructura Metabo	-	-	-	-	-	-
Transporte Carry	\$	\$	\$	\$	\$	\$
distribución Cuenca	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00
Herramientas de	\$	\$	\$	\$	\$	\$
montaje	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
software y sistema de	\$	\$	\$	\$	\$	\$
distribución	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Materiales y equipos de	\$	\$	\$	\$	\$	\$
oficina	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Herramientas auxiliares	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
0	-	-	-	-	-	-
Equipos eléctricos						
prueba y ensayo	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Metabo	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
(-) Deprec. Acum. Área	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Prod.	-	(3.154,99)	(6.309,99)	(9.464,98)	(12.619,98)	(15.774,97)

	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Computadores	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Muebles y Enseres	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00
Impresora	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Multifuncional	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Teléfonos	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Archivadores	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
0	-	-	-	-	-	-
Materiales eléctricos	\$	\$	\$	\$	\$	\$
promocionales	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00
Otros equipos	\$	\$	\$	\$	\$	\$
administrativos	64.500,00	64.500,00	64.500,00	64.500,00	64.500,00	64.500,00
(-) Deprec. Acum. Área	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Adm.	-	(1.088,33)	(2.176,67)	(3.265,00)	(4.353,33)	(5.441,67)
Total Activo NO	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Corriente	83.650,00	79.406,67	75.163,34	70.920,02	66.676,69	62.433,36
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
TOTAL ACTIVOS	166.600,00	195.750,25	236.294,88	293.887,31	369.972,22	465.773,14
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Porción Corriente de la	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Deuda	12.063,71	14.141,94	16.578,18	19.434,12	22.782,05	-
Particip. De Trab. Por	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Pagar	-	6.182,10	10.443,99	14.911,54	19.733,29	24.940,76

Imp. A la Renta por	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Pagar	-	8.757,97	14.795,66	21.124,68	27.955,49	35.332,75
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total Pasivo Corriente	12.063,71	29.082,00	41.817,84	55.470,34	70.470,83	60.273,51
PASIVO NO						
CORRIENTE						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Deuda a Largo Plazo	72.936,29	58.794,35	42.216,17	22.782,05	-	-
Total Pasivo NO	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Corriente	72.936,29	58.794,35	42.216,17	22.782,05	-	-
Total PASIVO	\$ 85.000,00	\$ 87.876,35	\$ 84.034,00	\$ 78.252,39	\$ 70.470,83	\$ 60.273,51
PATRIMONIO						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Capital	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Utilidad Retenidas	-	26.273,90	70.660,88	134.034,92	217.901,39	323.899,63
Total PATRIMONIO	\$ 20.000,00	\$ 46.273,90	\$ 90.660,88	\$ 154.034,92	\$ 237.901,39	\$ 343.899,63
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 105.000,00	\$ 134.150,25	\$ 174.694,88	\$ 232.287,31	\$ 308.372,22	\$ 404.173,14
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Diferencia A – PyP	61.600,00	61.600,00	61.600,00	61.600,00	61.600,00	61.600,00

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez.

5.5. Gastos Administrativos

Presupuesto de SUELDOS y SALARIOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios / mes	\$ 2.403,50	\$ 2.403,50	\$ 2.403,50	\$ 2.403,50	\$ 2.403,50
Sueldos y Salarios / año	\$ 28.842,00				
Presupuesto de Servicios Básicos para la Administración					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Serv. Básicos / mes	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Serv. Básicos / año	\$ 1.800,00				
Presupuesto de Suministros de Oficina					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros al mes	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Suministros al año	\$ 1.440,00				
Presupuesto de Asesorías Contables y Legales					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Asesoría / mes	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00

Asesoría / año	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Presupuesto de Internet y Celular					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Internet y Celular / mes	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Internet y Celular	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00
Presupuesto de Permisos					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Permisos / año	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Presupuesto de Depreciación Área Administrativa					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Deprec. Área Adm. / mes	\$ 90,69	\$ 90,69	\$ 90,69	\$ 90,69	\$ 90,69
Deprec. Área Adm. / año	\$ 1.088,33	\$ 1.088,33	\$ 1.088,33	\$ 1.088,33	\$ 1.088,33
Presupuesto de Mantenimiento del Vehículo					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mant. Vehículo / mes	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00

Mant. Vehículo / año	\$ 960,00				
"Amortización" de Gastos de Pre-Operacionales					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Pre-operacionales	\$ 800,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios / año	\$ 28.842,00	\$ 28.842,00	\$ 28.842,00	\$ 28.842,00	\$ 28.842,00
Serv. Básicos / año	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Suministros al año	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00
Asesoría / año	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Internet y Celular	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00
Permisos / año	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Deprec. Área Adm. / año	\$ 1.088,33	\$ 1.088,33	\$ 1.088,33	\$ 1.088,33	\$ 1.088,33
Mant. Vehículo / año	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00

Gastos Pre-operacionales	\$ 800,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS ADM.	\$ 38.590,33	\$ 37.790,33	\$ 37.790,33	\$ 37.790,33	\$ 37.790,33

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez.

5.6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD LINEA METABO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN	\$					
TOTAL	(106.105,67)					
		\$	\$	\$	\$	\$
VENTAS		756.000,00	809.676,00	867.163,00	928.731,57	994.671,51
(-) Costo de Venta		\$ (383.139,74)	\$ (409.977,74)	\$ (438.721,24)	\$ (469.505,53)	\$ (502.475,50)
(=) Utilidad Bruta		\$ 372.860,26	\$ 399.698,26	\$ 428.441,75	\$ 459.226,04	\$ 492.196,01
(-) Gastos Administrativos		\$ (38.590,33)	\$ (37.790,33)	\$ (37.790,33)	\$ (37.790,33)	\$ (37.790,33)
(-) Gastos de Ventas		\$ (262.560,00)	\$ (262.585,56)	\$ (262.612,93)	\$ (262.642,25)	\$ (262.673,65)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 71.709,92	\$ 99.322,36	\$ 128.038,49	\$ 158.793,45	\$ 191.732,02
(-) Gastos Financieros		\$ (12.740,71)	\$ (10.662,48)	\$ (8.226,24)	\$ (5.370,30)	\$ (2.022,37)
(=) UAIT		\$ 58.969,22	\$ 88.659,88	\$ 119.812,25	\$ 153.423,15	\$ 189.709,66

Pago Part. Trab.	\$	\$	\$	\$	\$
	-	(8.845,38)	(13.298,98)	(17.971,84)	(23.013,47)
Pago de IR	\$	\$	\$	\$	\$
	-	(12.530,96)	(18.840,23)	(25.460,10)	(32.602,42)
EFFECTIVO NETO	\$	\$	\$	\$	\$
	58.969,22	67.283,54	87.673,04	109.991,21	134.093,76
(+) Deprec. Área Prod.	\$	\$	\$	\$	\$
	3.154,99	3.154,99	3.154,99	3.154,99	3.154,99
(+) Deprec. Área Adm.	\$	\$	\$	\$	\$
	1.088,33	1.088,33	1.088,33	1.088,33	1.088,33
(+) Valor Residual de Act. Tang.					\$
					62.433,36
(+) Recuperación Cap. Trabajo					\$
					83.255,67
(+) Préstamo concedido	\$	\$	\$	\$	\$
	(12.063,71)	(14.141,94)	(16.578,18)	(19.434,12)	(22.782,05)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$	\$	\$	\$	\$
	(106.105,67)	51.148,83	57.384,93	75.338,19	94.800,42
TIR	63,22%	EXTREMADAMENTE SENSIBLE A CAMBIOS EN LOS INGRESOS			
VAN	\$ 170.673,42	SEAN POR PRECIO O CANTIDADES			
Pay Back	1,96 años				

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez.

La tasa de descuento también es conocida como tasa de riesgo y es el factor determinante en una inversión el factor de riesgo está sumando el indicador de país riesgo equivalente a un 9% más indicadores como la inflación anual que esta alrededor del 4% ahí se suman un 13% mas otros detalles, normalmente predomina la tasa activa interbancaria que fluctúa entre 14 y 17 % respectivamente.

El margen de utilidad lo saca de dividir la utilidad general para las ventas totales, respectivamente, ese valor es el margen de utilidad

En el análisis de sensibilidad la TIR es un factor que determina el retorno de una inversión en el momento que las proyecciones aumenta se crea un escenario optimista que hace que la Tir sea representada por el 63,22%, respectivamente

5.7. Seguimiento de evaluación

ÍNDICES DE RENTABILIDAD LINEA METABO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROS	3,65%	5,76%	7,67%	9,48%	11,19%
ROA	15,77%	22,68%	26,82%	28,54%	28,65%
ROE	56,78%	48,96%	41,14%	35,25%	30,82%
ROI	131,37%	221,93%	316,87%	419,33%	529,99%

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez.

La representación de los índices es en base a los indicadores planteados y resumidos en la siguiente tabla para análisis

COSTOS VARIABLES	
MD	\$ 360.000,00
Energía Eléctrica para Prod.	\$ 720,00
Instalaciones de perchas de Metabo	\$ 300,00
0	\$ -
Mantenimiento de equipos de taller	\$ 720,00
Transp. - Com. / año	\$ 259.200,00
Comisiones anuales	\$ 360,00
TOTAL	\$ 621.300,00
# Unidades Prod. / Año	48
Costo Variable Unitario	\$ 12.943,75
Precio de Venta Unitario	\$ 7.500,00

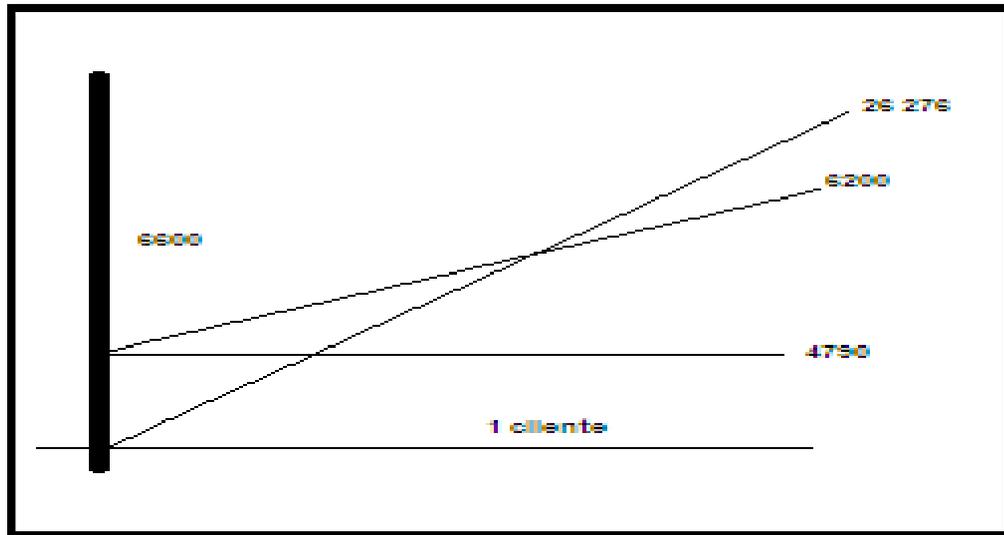
Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez.

$$PE = CF / (P - CVU)$$

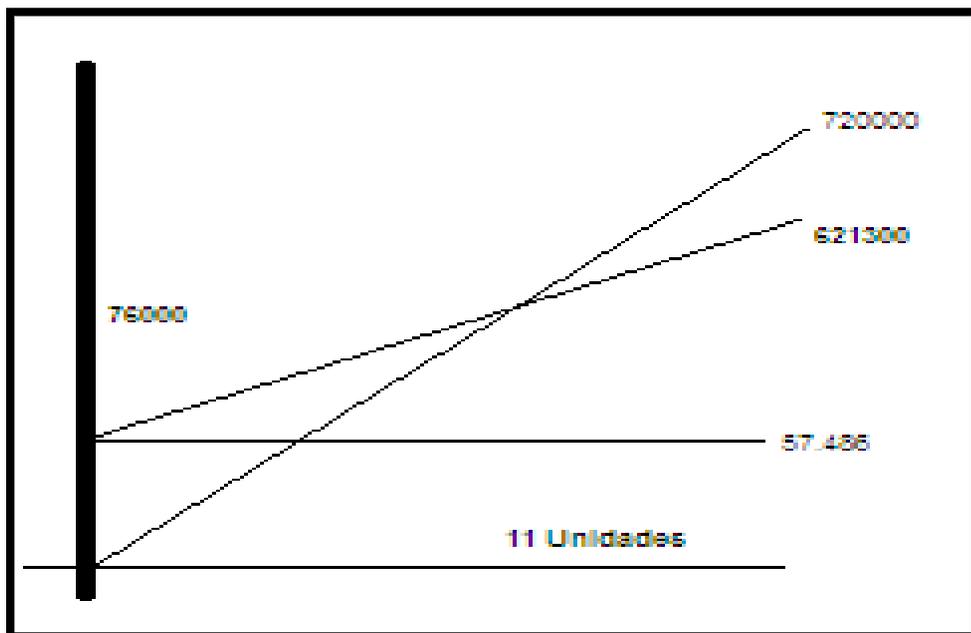
PE			
=	(11)	unidades al año, o	\$ (79.200,05)

PE			
=	(1)	unidades al mes, o	\$ (6.600,00)

El punto de equilibrio mensual representa el siguiente grafico



El punto de equilibrio anual es representado por el siguiente grafico



CAPITULO VI

6. RESPONSABILIDAD SOCIAL

6.1. Base Legal

El artículo 275 de la constitución política del Ecuador manifiesta del buen vivir es una larga búsqueda vida con calidad parte de sus reivindicaciones económica siendo incorporadas en la Constitución política del Ecuador, siendo un pacto social en progresos de los sectores más necesitados en el país. Es un cambio y reivindicación de la necesidad con la aplicación de una mejor economía, procesos de acumulación de bienes a los actores de las diversas formas de producción. El Buen Vivir, nace desde la naturaleza y los seres vivos con el uso recursos naturales, respetando la igualdad, justicia social productiva y distributiva, reconociendo y valorando a los pueblos en su cultura, saberes y forma de vida.

6.2. Medio Ambiente

ISO 9001

→ **Versión Español**

Producción y distribución a granel de líquidos criogénicos (oxígeno, nitrógeno y argón). Producción y distribución de helio. Producción de gases especiales y mezclas especiales. Servicio de post-venta.

Otorgado por: Lloyd's Register

ISO 14001

→ Versión Español
BPM → BPM Planta de Llenado - Guayaquil → BPM Planta ASU - Quito
CERTIFICADO HACCP → Versión Español → English Versión
CERTIFICADO DE REGISTRO SANITARIO → Oxigeno medicinal comprimido → Aire Medicinal → Nitrógeno Medicinal Comprimido → Nitrógeno Medicinal Liquido → Oxigeno Medicinal Liquido → Dióxido de Carbono Medicinal Comprimido → Oxicalm
INEN → INEN Indura Ecuador S.A.

Realizado por Alex Jaramillo y Luis Rodríguez.

6.3. Beneficiarios directos e indirectos de acuerdo al Plan del Buen Vivir

Los beneficios de un trabajo directo impulsado por los empresarios ejecutivos de la empresa Indura S.A. permite el respaldo a familias distintas en los sectores y alrededores del cantón Cuenca, siendo beneficiadas familias derivadas del empleo en un promedio de 20 familias, que mediante sus representantes mantienen una independencia económica impulsada por la gestión de ventas representada por la empresa del Hierro y Vásquez Brito, distribuidores únicos de Indura S.A. Las herramientas eléctricas impulsadas por los distribuidores están dotadas de una calidad que beneficia a pobladores y consumidores, siendo base el precio de cada herramienta Metabo quien influye en el mercado consumidor del cantón Cuenca. Los consumidores, empleados interno y externos, además de los distribuidores realizan las actividades en base al trabajo y perseverancia para detallar el alcance del buen vivir en las familias y la orientación a una mejor situación económica y detalles prioritaria que ofrece la empresa Indura S.A. al desarrollo económico del país y a la acogida constante en el trabajo realizado con los lineamientos y respaldo de la actual constitución política del Ecuador.

CONCLUSIONES

El proyecto de ampliar una área de venta de herramientas eléctricas de la Línea Metabo, mantiene una logística distributiva que acciona el interés de todas las entidades y empresas de comercialización en donde la distribución por parte de Empresa del Hierro y Ferretería Vásquez Brito, representa una adecuada

concentración en la logística aceptable para la distribución, siendo una comunicación directa y efectiva en el mercado de la ciudad de Cuenca

La concentración de equipamiento de estrategias promocionales beneficia al mercado cuencano en precio y calidad, además los distribuidores se motivan a buscar nuevos y amplios mercados en la ciudad que mantenga el producto en las perchas de diversas empresas de ferretería e industrias, garantizando que la comunicación sobre la línea Metabo es la más óptima y que llega al lugar de consumo de manera inmediata.

La rentabilidad de la Empresa Indura S.A. referente al área de distribución de la línea Metabo, genera una tasa de retorno de la inversión promedio de un 51% lo que garantiza que las actividades logísticas y estrategias se realizan de forma adecuada y concentrada bajo el principio de alcanzar el buen vivir de la comunidades y además de un despliegue de comunicación promocional de una línea que repercute en la demanda de herramientas eléctricas en el mundo.

RECOMENDACIONES

Es importante que la calidad se mantenga y que el precio sea el más competitivo en el mercado de la ciudad de Cuenca, es importante que el precio sea competitivo y que se determine promociones en cada artículo de la línea Metabo para mantener motivados a distribuidores mayoristas y consumidores.

Busca ampliar el mercado de venta de herramienta Metabo a nivel nacional, agregando nuevos distribuidores directo que acapare la línea y logren abarcar diferentes cantones del país. La distribución genera ingresos amplios en la logística de comercialización, sin embargo es necesario además la implementación similar para los repuestos y accesorios adherente a la línea de herramienta.

Se recomienda un manejo personalizado y asesoría por parte del área de Ventas, dando seminarios de actualización y motivación para todos los ejecutivos que comercializan el producto al consumidor final, siendo constante en temas de atención al cliente, transporte de mercadería y detalles de garantía.

El proyecto según las actividades realizadas de investigación y las matrices aplicadas es viable y conviene la interpretación de los resultados para garantizar el éxito de la línea en su distribución generando una mejor rentabilidad en los procesos establecidos.

BIBLIOGRAFÍA

- Accounting Group, T. I. (2007). *Práctica de precios de transferencia*. Guayaquil
Quito: Escobros.
- Acosta. (2009). *El buen vivir. Una vía para el desarrollo*. Santiago de Chile:
Editorial Universidad Bolivariana, Santiago, 2009.
- Acosta. (2009). *Sumak kawsay en el diario vivir de la población*. Amabato.
- Banco Central del Ecuador, B. (2013). *Mercado tangible de la ciudad cuencana*.
Cuenca: BCE.
- Cerviño, J. (. (2009). *Marcas internacionales. Cómo crearlas y gestionarlas*.
Madrid: Piramide.
- Comercio, D. e. (2013). *La situación laboral en Cuenca*. Cuenca: El diario de
Cuenca.
- Hoy, D. (2011). *La Energía Eléctrica en el Ecuador*. Quito: Hoy.
- INEC, I. n. (2010). *Ciudades de mar participación económica*. Guayaquil
Ecuador: inec.
- ORIO, A., & SOLDEVILA, P. (2011). *Contabilidad y gestión de Costes*.
Barcelona España: Profit Editorial.
- Parco Noeli, 2. (2011). *Vivir en un mundo mejor*. Caracas Venezuela:
EDIVENSA.
- PINEDA, C. R. (2009). *Auditorías Internas de calidad para empresas
constructoras*. Bucaramanga: Universidad pontificia Bolivariana.
- Toca, T. C. (2011). Desarrollo y calidad de la sociedad: compromiso del Estado
y del mercado. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 619.

ANEXOS

Tabla 28 Análisis del modelo de negocios Lean Cavas

<u>Problema</u>	<u>Solución</u>	<u>Proposición</u>	<u>Ventaja</u>	<u>Segmento</u>
Organización adecuada de la distribución de la nueva línea Metabo	Aplicación de TICs en el control de Inventario y supervisión de actividades logísticas en los distintos sectores de la ciudad de Cuenca	Es importante que todo lo que se haga se lo realice en el tiempo preciso y con las normas de calidad exigidas	<u>especial</u> Afinidad de maniobrar, Efectividad con los clientes mayoristas y distribuidores de Cuenca Confianza liderazgo	<u>de clientes</u> Las industrias o distribuidoras ferreteras que comercializan la línea Metabo Cadenas de ferretería e industrial Distribuidores e importadores en general de la línea de METABO y herramientas eléctricas
<u>Alternativa</u> Medición de efectividad en el tiempo, capacitación a operadores y personal de operadores logístico en la ciudad de Cuenca y alrededores	<u>Métricas</u> <u>Claves</u> Presupuesto orientado a la comunicación de la línea Metabo		<u>Canales</u> Comunicación en base a despliegue de información por correo electrónico.	

	<p>Instrumento de comunicación directa</p> <p>Flujo de efectivo para las operaciones y logísticas en la distribución de herramientas eléctricas repuesto y la línea Metabo</p>		<p>Interés de correos personalizados</p> <p>Relaciones y convenios ejecutivos</p>	
<p><u>Estructura de coste</u></p> <p>Operadores capacitados en área de la línea Metabo</p> <p>Transporte adecuado para mercadería a los distribuidores mayoristas y minoristas de la línea electrónica, Metabo y maquinarias industriales</p> <p>Utilización WEB</p>		<p><u>Flujo de ingreso</u></p> <p>Los servicios son ofrecidos en base a la responsabilidad de entrega a los distribuidores</p> <p>Las maquinarias representa el principal soporte de rapidez y despacho de los inventarios</p> <p>Trabajo agrupado en base a responsabilidad aplicando métodos 24/7</p> <p>Comunicación y monitoreo de los productos trasportados en los diferentes sectores de Cuenca y ciudades de alrededores</p>		

Manejo de medios de comunicación radio celulares	<p>Confinamiento para el acoplamiento adecuado de los recursos</p> <p>Mantenión de los precios por debajo de la competencia y manteniendo la calidad de los productos ofertados por la Productora de gases y soldadura y representantes exclusivos de la línea Metabo.</p>
--	--

Realizado por Alex Jaramillo Y Luis Rodríguez