



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN:
MODELO OPERATIVO FUNCIONAL SECCIÓN INVENTARIO
PARA LA FERRETERÍA SUMINISTROS Y MATERIALES
NAVALES DE ESMERALDAS**

**AUTOR:
Calderón Pontón Mario David**

**IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO:
INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TUTOR:
Ing. Miranda López Jorge Luis**

**Guayaquil, Ecuador
2015**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Mario David Calderón Pontón**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional.

TUTOR

Ing. Miranda López, Jorge Luis

DIRECTORA (E) DE LA CARRERA

Lcda. Lucia Isabel Pérez Jiménez, MGEEd.

Guayaquil, a los 14 días del mes de Septiembre del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Mario David Calderón Pontón

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Modelo Operativo Funcional Sección Inventario para la Ferrería Suministros y Materiales Navales de Esmeraldas** previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, 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 mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 14 días del mes de Septiembre del año 2015

AUTOR



Mario David Calderón Pontón



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Yo, **Mario David Calderón Pontón**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Modelo Operativo Funcional Sección Inventario para la Ferretería Suministros y Materiales Navales de Esmeraldas**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 14 días del mes de Septiembre del año 2015

AUTOR



Mario David Calderón Pontón

AGRADECIMIENTO

La realización de este trabajo de investigación fue posible gracias a los esfuerzos, el amor y la confianza incondicional que mi familia me ha brindado siempre. A mi madre y mi tía quienes con valor y dedicación siempre han sido la luz de nuestras vidas para mí y mis hermanos.

A Dios porque en él se basa nuestra fortaleza, los principios de moral y amor por la vida junto con las personas que son parte de ella.

A todas las autoridades, docentes, compañeros y personas que contribuyeron de una u otra manera aportando con sus experiencias en mi desarrollo como profesional durante estos años.

MARIO CALDERÓN

DEDICATORIA

Dedico con mucho amor y esfuerzo este trabajo a mi madre, Hilda Pontón y mi tía, María Pontón por ser ejemplo de vida e inspiración de sacrificio, auto superación y fortaleza para seguir adelante sin renunciar a la familia ante cualquier adversidad.

A mis hermanos Xavier y Mónica Calderón, quienes siempre me apoyaron, a mis sobrinas quienes llenan mis días de alegría, a Víctor León quien supo estar siempre presente con su apoyo incondicional, a Nicol Vasco por acompañarme y compartirme su alegría, a Ever Araujo quien nos ha compartido por tantos años sus virtudes y finalmente a la memoria del ser más puro que he conocido mi abuelita Celia Aguilar.

Mis amigos de toda la vida, su apoyo, alegría y comprensión, siempre incondicional, han logrado convertir la distancia en un factor nada significativo, por ello Guillermo, Christian, José Ramiro, Francisco, Andrés, Luis Fernando y Marco, ya son parte de mi familia.

De igual manera también dedico este trabajo a la juventud que con mucho sacrificio busca superarse a través de la educación de quienes espero no abandonen sus sueños y persistan por un futuro mejor, en especial para mi amada ciudad Esmeraldas.

MARIO CALDERÓN

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	xviii
ABSTRACT	xx
RÉSUMÉ EXÉCUTIF	xxii
INTRODUCCIÓN.....	xxiv
CAPITULO I	1
1.1 TEMA.....	1
1.2 ANTECEDENTES	1
1.3 CONTEXTO.....	3
1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.4.1 Formulación y Sistematización del Problema.....	6
1.5 OBJETIVO GENERAL.....	8
1.6 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
1.7 CONTRIBUCIÓN POTENCIAL DEL ESTUDIO	9
1.8 JUSTIFICACIÓN	9
CAPÍTULO II	12
2.1 MARCO TEÓRICO.....	12
2.1.1 Las Empresas Familiares	12
2.1.2 Gestión de Inventarios	15
2.1.2.1 Índice de rotación de inventario.....	15
2.1.2.1.1 Formulación de rotación	16
2.1.2.1.2 Métrica de rendimiento	17
2.1.2.1.3 Variación de industria en industria.....	18
2.1.2.2 Tipos de Inventarios	18
2.1.2.5.1 Tipos de Inventarios por el Flujo de Material	19

2.1.2.5.2	Tipos de Inventarios por su Posición en la Red Logística	20
2.1.3	Capacitación y Cultura de Servicio.....	21
2.1.4	Tecnologías de la información y su aplicación	24
2.2	MARCO CONCEPTUAL	29
2.3	MARCO REFERENCIAL.....	31
2.3.1	Comercial Kywi S.A.	31
2.3.2	Mc DONALD'S.....	33
2.4	MARCO LEGAL.....	35
2.4.1	CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA	35
2.4.1.1	Tipo de unidad legal	35
2.4.1.2	Tamaño de empresa.....	36
2.4.1.3	Actividad Económica	38
2.4.2	REGISTRO UNICO DEL CONTRIBUYENTE	41
2.4.3	OBLIGACIONES MUNICIPALES	43
2.4.3.1	Permiso anual de funcionamiento.....	45
2.4.3.2	Impuesto sobre predios Urbanos	47
2.4.3.3	Impuesto del 1,5 por Mil sobre los Activos Totales	47
2.4.3.4	Patente Anual para Actividades Económicas.....	49
CAPITULO III	50
3.1	METODOLOGÍA.....	50
3.2	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	51
3.2.1	Objetivo general	51
3.2.2	Objetivos específicos	51
3.3	TIPO DE INVESTIGACIÓN	51
3.4	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	53
3.4.1	TIPO DE DISEÑO	53

3.5	HERRAMIENTAS DE LA INVESTIGACIÓN	54
3.5.1	ENCUESTA	55
3.5.1.2	POBLACIÓN O UNIVERSO	56
3.5.1.3	SELECCIÓN Y EXTRACCIÓN DE LA MUESTRA.....	57
3.5.1.4	DESARROLLO DE LA FÓRMULA	57
3.5.1.5	RESULTADOS DE LA ENCUESTA	59
3.5.1.6	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE ENCUESTA.....	68
3.5.2	ENTREVISTAS.....	73
3.5.2.1	REPORTE FOCUS GROUP A CLIENTES.....	74
3.5.2.2	ENTREVISTA EXPERTISE	79
CAPITULO IV.....		85
4.1	ANÁLISIS SITUACIONAL	85
4.1.1	MICRO ENTORNO	85
4.1.1.1	COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS.....	86
4.1.1.2	COBERTURA.....	88
4.1.1.3	NUEVOS CLIENTES	88
	Clientes referidos	89
	Medios de comunicación y redes sociales.....	89
	Alianza estratégica	92
4.1.1.4	ORGANIGRAMA JERÁRQUICO	93
4.1.2	MACRO ENTORNO.....	94
4.1.2.1	ANÁLISIS P.E.S.T.A	94
	Factores políticos	94
	Factores Económicos.....	100
	Factores sociales	110
	Factores Tecnológicos	116

Factores Ambientales.....	117
4.1.3 LAS CINCO FUERZAS DE MICHAEL PORTER.....	120
4.1.3.1 Poder de negociación de los compradores o clientes	121
4.1.3.2 Poder de negociación de los proveedores o vendedores	122
4.1.3.3 Amenaza de nuevos entrantes	123
4.1.3.4 Amenaza de productos sustitutos	124
4.1.3.5 Rivalidad entre los competidores	125
4.1.4 MATRIZ FODA.....	127
ANÁLISIS INTERNO	127
ANÁLISIS EXTERNO.....	128
4.1.5 ESTRATEGIAS FO – FA – DO – DA.....	129
FORTALEZAS - OPORTUNIDADES.....	129
FORTALEZAS - AMENAZAS.....	131
DEBILIDADES - OPORTUNIDADES	133
DEBILIDADES - AMENAZAS.....	134
CAPÍTULO V.....	135
5.1 PROPUESTA	135
MISIÓN.....	136
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	137
METAS ESTRATÉGICAS	138
5.2 FORMULACIÓN DE LA PROPUESTA.....	138
5.2.1 PROPUESTAS RESPECTO AL INVENTARIO	139
Políticas de Precio	143
Diseño y readecuación de bodega principal.....	146
5.2.2 PROPUESTA RESPECTO AL SOFTWARE	152
5.2.3 PROPUESTA RESPECTO A LA ATENCIÓN AL CLIENTE	154

5.2.5	PRESUPUESTO	156
☐	INVERSIÓN.....	156
☐	FINANCIAMIENTO	157
☐	ANÁLISIS COSTO BENEFICIO	158
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	160
	CONCLUSIONES.....	160
	RECOMENDACIONES.....	163
	BIBLIOGRAFÍA.....	165
	ANEXOS.....	170

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Novedades en Usos de Sistemas de Información en Negocios	27
Tabla 2: <i>Clasificación de Actividades Económicas CIIU 4.0 y CIIU 3.1</i>	43
Tabla 3: <i>Obligaciones Municipales y su base legal.</i>	44
Tabla 4: <i>Variables de la fórmula</i>	57
Tabla 5: <i>Apreciación del servicio</i>	59
Tabla 6: <i>Requerimiento de servicio técnico</i>	60
Tabla 7: Disposición de productos	61
Tabla 8: Servicio a domicilio	62
Tabla 9: Requerimiento de folleto	63
Tabla 10: Frecuencia de compra	64
Tabla 11: Línea de productos	65
Tabla 12: Tiempo entre transacción	66
Tabla 13 : Factor de compra	67
Tabla 14: Área de aplicación y naturaleza de sugerencias	74
Tabla 15: <i>Datos del entrevistado</i>	80
Tabla 16: Datos de Entrevistado	82
Tabla 17: <i>Balanza Comercial Productos Ferreteros</i>	102
Tabla 18: Inversión en educación y tecnología del PIB	116
Tabla 19: <i>Análisis Interno de Fortalezas y Debilidades.</i>	127
Tabla 20: <i>Análisis Externo de Oportunidades y Amenazas.</i>	128
Tabla 21: <i>Análisis y Clasificación del Inventario.</i>	140
Tabla 22: <i>Índice de Rotación del Inventario 2014.</i>	142
Tabla 23: Máximos y Mínimos	143

Tabla 24: <i>Dimensión de Bodega Principal</i>	147
Tabla 25: <i>Método de las 5s de Toyota</i>	148
Tabla 26: <i>Inversión</i>	157
Tabla 27: <i>Financiamiento</i>	158

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1: Logotipo de la empresa.	xxv
Ilustración 2: Tipo de unidad legal	35
Ilustración 3: <i>Variables de clasificación: Tamaño de empresa.</i>	36
Ilustración 4: <i>Clasificación de Empresas según su tamaño.</i>	37
Ilustración 5: <i>Metodología de codificación CIU 4.0.</i>	40
Ilustración 6: <i>Clasificación según actividad económica.</i>	40
Ilustración 7: Registro de RUC.....	42
Ilustración 8: Información de ubicación y estado del establecimiento	42
Ilustración 9: <i>Permiso de Funcionamiento Cuerpo de Bomberos Esmeraldas.</i>	45
Ilustración 10: Pago del Permiso Anual de Funcionamiento 2015	47
Ilustración 11: <i>Declaración sobre el Impuesto 1,5 por Mil sobre Activos Totales</i>	48
Ilustración 12: <i>Pago de patente anual para actividades económicas.</i>	49
Ilustración 13: <i>Formato de la Encuesta.</i>	58
Ilustración 14: <i>Apreciación del Servicio</i>	59
Ilustración 15: <i>Requerimiento de servicio personalizado y técnico</i>	60
Ilustración 16: <i>Disposición de productos</i>	61
Ilustración 17: Servicio a domicilio	62
Ilustración 18: Requerimiento de folleto.....	63
Ilustración 19: Frecuencia de compra	64
Ilustración 20: Línea de productos	65
Ilustración 21: Tiempo entre transacción	66
Ilustración 22: Factor en decisión de compra	67
Ilustración 23: Área de aplicación y naturaleza de las sugerencias	79
Ilustración 24: <i>Compras y Ventas Año 2014.</i>	86
Ilustración 25: <i>Ingresos Mensuales Año 2014.</i>	87

Ilustración 26: <i>Fan page</i>	91
Ilustración 27: <i>Empleados de Petroecuador con Indumentaria de Seguridad.</i>	92
Ilustración 28: <i>Organigrama jerárquico.</i>	93
Ilustración 29: <i>Refinería Estatal de Esmeraldas Fuente: Wikimedia</i>	96
Ilustración 30: <i>Salvaguardias en insumos para la construcción</i>	100
Ilustración 31: <i>La Evolución de las importaciones en el Ecuador.</i>	102
Ilustración 32: <i>Ventas Totales según tamaño de la empresa 2012.</i>	103
Ilustración 33: <i>Ventas Totales por Actividad Económica.</i>	104
Ilustración 34: <i>Crecimiento del PIB sector construcción (2013).</i>	105
Ilustración 35: <i>Crecimiento del PIB sector comercio.</i>	106
Ilustración 36: <i>Participación por número y tamaño de empresas de la construcción Año 2012</i>	107
Ilustración 37: <i>Empleo Sector Comercial relacionado con Ferreterías.</i>	108
Ilustración 38: <i>Índice de precios de la construcción.</i>	108
Ilustración 39: <i>Inflación anual del Ecuador.</i>	109
Ilustración 40: <i>Inflación Internacional América.</i>	110
Ilustración 41: <i>Crecimiento poblacional de la Provincia de Esmeraldas</i>	111
Ilustración 42: <i>Población ocupada por rama y actividad</i>	112
Ilustración 43: <i>Crecimiento Demográfico del Cantón Esmeraldas</i>	114
Ilustración 44: <i>Afiche Urbanización Tecnipetrol.</i>	115
Ilustración 45: <i>Foco Ahorrador Fuente: Suministros Navales Facebook Fanpage</i>	119
Ilustración 46: <i>Franquicia de Disensa en Esmeraldas</i>	124
Ilustración 47: <i>Cinco Fuerzas Michael Porter</i>	126
Ilustración 48: <i>Valor Monetario de Inventario</i>	140
Ilustración 49: <i>Distribución de Inventario por Ítems</i>	141
Ilustración 50: <i>Cantidad de Unidades Vendidas</i>	141
Ilustración 51: <i>Bodega principal.</i>	146
Ilustración 52: <i>Plano de la Bodega Principal.</i>	149

Ilustración 53: <i>Diseño Propuesto en Bodega Principal</i>	150
Ilustración 54: <i>Propuesta de ubicación de Racks</i>	151
Ilustración 55: <i>Clasificación de Estantes por Artículo</i>	151
Ilustración 56: <i>Pasos de una buena atención en el área de ventas</i>	155

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: Entrevistas Expertise	170
ANEXO 2: Imágenes de las Bodegas	177
• Bodega Central.....	177
• Acceso a bodega.....	180
• Cuarto de Pinturas	181
ANEXO 3: Diseño de la propuesta para la Bodega Principal	183
ANEXO 4: Amortización	186
ANEXO 5: Método ABC aplicado en el Inventario 2014.....	188

RESUMEN

Este trabajo de titulación enfoca las principales temáticas a resolver dentro de un negocio de venta al por menor de productos de ferretería de la PYME familiar Suministros y Materiales Navales ubicada en el centro de la ciudad de Esmeraldas, en donde es necesario implementar nuevas políticas de gestión en su modelo de negocios, mejoras en el área de ventas y control de inventarios para lograr impulsar su eficiencia. La investigación buscará determinar las falencias más recurrentes y potenciar las fortalezas que permiten la sostenibilidad del negocio ante la demanda del mercado local.

Suministros y Materiales Navales es una empresa familiar tradicional con más de 30 años en el mercado, contribuyendo a consumidores finales, tanto para el público en general como para industrias especializadas en la provisión de materiales de construcción, pintura, bricolaje, limpieza, eléctricos, plomería, gasfitería, equipos de protección personal y necesidades del hogar.

El mercado global se mantiene en constantes cambios los cuales exigen la innovación y adaptabilidad de todo tipo de negocio para poder crecer, subsistir o desaparecer en el peor de los casos. En el mercado nacional la expansión y entrada de grandes empresas han hecho preciso que los negocios tradicionales se vuelvan más competitivos e innovadores para mantenerse percibiendo ganancias y que la actividad siga siendo redituable.

En la ciudad de Esmeraldas el mercado es muy segmentado donde las características y necesidades suelen ser muy diversas afectando el comportamiento de compra. Esto conlleva a identificar necesidades específicas, optimizar los recursos empresariales en las áreas de logística, venta y servicio al cliente, y finalmente identificar las oportunidades de crecer en nichos donde no exista competencia o esta sea muy baja.

La empresa ha logrado consolidar clientes muy importantes creando fidelidad, sin embargo cambios latentes han creado variabilidad tanto en el comportamiento de la oferta como de la demanda. Nuestra propuesta busca mejorar y cambiar la estructura del negocio para incrementar los volúmenes de venta mediante un servicio personalizado y una apropiada gestión, sin descuidar la propuesta de servicio hacia potenciales nuevos clientes.

Palabras Claves:

Adaptabilidad

Eficiencia

Clientes

Competitividad

Control

Innovación

Inventario

Oportunidades

Ventas

ABSTRACT

This degree work focuses on the main affairs to be resolved within a family business of retail sales of hardware store products, “Suministros y Materiales Navales” located in Downtown Esmeraldas, where it is imperative to set new management policies for its business model, to improve the sales department and inventory control to boost its efficiency. The research will determine the current shortcomings and maximize the strengths that allow the business sustainability towards the local market demand.

“Suministros y Materiales Navales” is a traditional family business with more than 30 years of experience in the market, contributing final customers, both general public and specialized industries, in the supplying of construction materials, paints, DIY, cleaning, electrics, plumbing, safety equipment, and home needs.

The global market constantly changes, which requires innovation and adaptability of every kind of business, to grow, survive and in the worst case disappear. In the domestic market, the expansion and entry of large enterprises have made traditional businesses become more competitive and innovative to keep appreciating gains and for the activity to remain profitable.

In Esmeraldas city, the market is segmented and characteristics and needs usually are very diverse, affecting purchasing behavior. Therefore it is essential to identify specific needs, to optimize enterprise resources in the areas such as logistics, sale and customer service, and finally to identify the growth opportunities in niches where there was little or no competition.

The company has achieved the consolidation of very important clients, creating loyalty; nevertheless changes have brought out variability both in the behavior of supply and demand. Our proposal searches to improve and change

the business structure to raise sales volume through a personalized service and an accurate management, without neglecting the service proposal to new potential customers.

Key Words:

Adaptability

Efficiency

Competitiveness

Control

Customers

Innovation

Inventory

Opportunities

Sales

RÉSUMÉ EXÉCUTIF

Ce travail est l'étude des principales affaires qui doivent être réglées dans une entreprise familiale de vente au détail de produits de quincaillerie, "Suministros y Materiales Navales", qui est située à Esmeraldas au Centre-ville. Il est impératif d'établir de nouvelles politiques de gestion dans ce modèle d'entreprise, et améliorer le département des ventes et le contrôle des stocks pour stimuler son efficacité. La recherche va analyser les carences pour pouvoir maximiser les forces qui permettent la viabilité de l'entreprise vers la demande du marché local.

"Suministros y Materiales Navales" est une entreprise familiale traditionnelle avec plus de 30 années d'expérience sur le marché. Fournissant au public en général, de matériaux de construction, de peintures, de nettoyage, d'électricité, de plomberie, des équipements de sécurité, de bricolage.

Le marché mondial maintient constamment des changements, qui nécessitent l'innovation et l'adaptabilité de chaque type d'entreprise, de croître, survivre et dans le pire des cas disparaître. L'expansion et l'introduction des grandes entreprises sur le marché national, obligent aux entreprises traditionnelles de devenir plus compétitives et innovantes dans le but de rendre l'activité rentable et conserver les bénéfices.

Dans la ville d'Esmeraldas le marché est trop segmenté, les caractéristiques et les besoins sont généralement très diversifiés et cela touche les comportements d'achat. Par conséquent, il est essentiel d'identifier les besoins spécifiques, d'optimiser les ressources de l'entreprise dans les domaines tels que la logistique, la vente et service à la clientèle, afin de déterminer les opportunités de croissance dans des secteurs dans lesquels la compétence était faible ou n'existait pas.

L'entreprise a réalisé la consolidation de clients très importants, la création de la fidélité; néanmoins ces changements ont mis en évidence la variabilité à la fois du comportement de l'offre et de la demande. Notre recherche est une proposition pour améliorer et changer la structure de l'entreprise, pour augmenter le volume des ventes par un service personnalisé et une gestion précise, sans pour autant négliger la proposition de services à de nouveaux clients potentiels.

Mots-Clés:

Adaptabilité

Efficacité

Compétitivité

Contrôle

Clientèle

Innovation

Inventaire

Opportunités

Ventes

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad el mejoramiento de la empresa Suministros y Materiales Navales la cual requiere la aplicación de nuevas estrategias que agilicen sus procesos y mejoren su eficiencia para volverla más competitiva, debido a que la actividad del sector ferretero es una de las más dinámicas de la economía, en especial de las pequeñas empresas.

Siendo esta una empresa familiar constituye un factor importante para el desarrollo económico del país en el cual las personas desean constituir un ingreso propio para mejorar su calidad de vida a través del emprendimiento de nuevos negocios que generarán fuentes de trabajo contrarrestando la crisis social y económica que sufren varias familias en nuestro país.

Con esta finalidad precisa de un estudio de investigación y análisis para la aplicación de un modelo operativo funcional, basado en la administración estratégica, que evidencie las pertinentes políticas de inventario, plan de comercialización óptimo y cultura de servicio para la empresa, que a causa de su modelo de negocio tradicional, su desarrollo ha sido ralentizado, dentro de un mercado cada vez más competitivo que a pesar de su naturaleza redituable ha hermetizado los márgenes de ganancia, con la penetración en el medio de grandes empresas dentro de una ciudad tan pequeña.

Develadas estas circunstancias, las exigencias de los clientes se vuelven cada vez más precisas, en donde una buena atención y servicio son requeridos en todo momento, conllevando a reestructurar las políticas de procesos en atención y venta hacia el cliente, siendo este un beneficio para ellos mismos.

Solo a través del correcto control y buen manejo de recursos de los cuales dispone la empresa permitirán obtener información más relevante que facilite la toma de decisiones, por ello dentro de este plan de mejoras es

necesario utilizar una herramienta tecnológica que permita la recopilación de datos financieros y administrativos pertinentes para el desarrollo óptimo de las operaciones.



Ilustración 1: Logotipo de la empresa.
Fuente: Suministros y Materiales Navales.

CAPITULO I

1.1 TEMA

Estudio para la optimización de gestión de una PYME familiar en las áreas de logística, servicio de atención al cliente y comercialización de productos de ferretería, para su desarrollo y mejora de competitividad en un mercado cada vez más globalizado ante las grandes cadenas ferreteras en la ciudad de Esmeraldas.

1.2 ANTECEDENTES

La mayor parte de PYMES familiares en este caso ferreterías mantiene un modelo tradicional en nuestro medio, en la cual la venta de productos es muy diversa ante la necesidad del cliente quien acude por ciertos ítems en particular, siendo estos muy recurrentes, lo que conlleva a estos almacenes a un abastecimiento poco técnico en función a pronósticos de estimación empíricos e inexactos creando incertidumbre, impidiendo reaccionar ante cambios de la demanda, como consecuencia la capacidad de cumplimiento por pedido se ve afectada por falta de existencias, retrasos en pedidos, pérdida de ventas o sobredimensionamiento de inventario, los cuales generan costos que absorben el capital.

De igual manera esta tendencia se puede extrapolar en el momento de las ventas, en donde la experiencia de compra es insatisfactoria por el tiempo de espera entre cada transacción. Como muchas pequeñas empresas la emisión de facturas continua siendo de manera manual lo cual genera

inconformidad que deteriora el nivel de servicio. Esta temática genera a que los clientes no exijan el comprobante de venta, lo cual puede conllevar contrariedades por parte del Servicio de Rentas Internas (Ley de Régimen Tributario Interno Art. 64, 2015) quien está encargado de regular los negocios obligados a llevar contabilidad (Ley de Régimen Tributario Interno Art. 62, 2015) terminando como consecuencia la clausura de estos establecimientos por no cumplir con los comprobantes pertinentes (Ley de Régimen Tributario Interno Art. 97.14, 2015).

Siendo este un mercado muy competitivo donde las pendientes de oferta y demanda son positivas, han despertado el interés de grandes empresas no locales que buscan expandirse y han encontrado grandes oportunidades en la ciudad de Esmeraldas, donde antes por brechas como la distancia y la tecnología de información, obtener productos externos y su diversidad de marcas era engorroso. Hoy en día es todo lo contrario debido a que la economía de la ciudad ha sido impulsada gracias a la tecnología y el crecimiento demográfico. Por lo que empresas como Disensa ha patrocinado a través de franquicias la venta de sus productos de construcción en los últimos 10 años, de igual manera con la apertura del primer centro comercial en la ciudad trajo consigo la presencia del centro ferretero Kywi.

La presencia de estas grandes cadenas han reducido el margen de ganancia de los negocios clásicos de la ciudad, creando una disputa en precios y disponibilidad de los productos, en donde la innovación de procesos dictaminará que negocios son los más aptos para atender la demanda.

1.3 CONTEXTO

La Ferretería Suministros y Materiales Navales es una empresa Familiar situada en la ciudad y provincia de Esmeraldas con más de 30 años de servicio y experiencia en el negocio. La subsistencia de este negocio ha sido posible gracias a las oportunidades que el mercado ha brindado para lograr su posicionamiento en esta ciudad. A pesar de su trayectoria las nuevas tendencias económicas y tecnológicas, agregando los cambios por los cuales el país ha venido a travesando han hecho evidentes deficiencias estructurales las cuales no han permitido que el negocio sobresalga en este mercado conllevando a una ralentización en cuanto a procesos y manejo óptimo de los servicios que ofrece. La investigación realizada busca situar los problemas concurrentes que evitan el progreso del negocio, para ello se hizo primordial realizar un análisis tanto micro y macro del entorno que reflejan su desempeño en un mercado que cada vez se vuelve más competitivo por el acceso de nuevas empresas que de algún u otro modo son competencia sustancial que afecta las ganancias y sostenibilidad del negocio.

Debido a ello se pudo evidenciar un aumento en el consumo y preferencias por un servicio personalizado, eficiente y técnico de los productos ofertados, en donde los principales consumidores pertenecen no necesariamente al mismo estrato, por ser una empresa que satisface tanto a hogares como a grandes compañías que para llevar a cabo sus procesos demandan diferentes tipos de productos para cada área específica.

En virtud de la viabilidad de la investigación fue necesario analizar la situación tanto externa como interna de la ferretería siendo un pilar fundamental en el contraste de cómo se está manejando la administración y que se está haciendo para logra cumplir con la demanda de los clientes actuales. Esta información logra rescatar los procesos que deben mantenerse, las áreas que necesitan ser mejoradas y ofrecer un servicio pertinente a las exigencias. Una vez realizado este diagnóstico fue posible implementar nuevas estrategias de negocio y las propuestas a seguir para cumplir con la finalidad de esta investigación, la cual es convertir esta pequeña empresa en un referente de superación con mayor desempeño y competitividad ante un mercado en constante innovación.

1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el cantón de Esmeraldas, en la avenida principal José Joaquín de Olmedo, la cual acoge el mayor número de locales comerciales, se encuentra situada la ferretería Suministros y Materiales Navales con más de 30 años de experiencia, ha venido realizando un modelo de negocio sostenible, siendo el mercado local muy rentable en sus inicios por la falta de competencia, que permitía comercializar y percibir ganancias que ayudaron a la imagen de la empresa posicionarse en la mente de los consumidores a través de los años.

No obstante, varios pequeños negocios de ferretería se hicieron presentes en las últimas dos décadas, los cuales significaron en su momento una amenaza y absorción de ganancias por complementar otra fuente de

servicio hacia la demanda objetiva. La trayectoria y la capacidad de cumplir con esta demanda permitieron contrarrestar la salida de nuevos competidores los cuales desaparecieron y otros se mantuvieron ante modestas ganancias.

El crecimiento demográfico de la ciudad, el ingreso de nuevas empresas externas y la implementación de nuevas tecnologías marcaron una nueva tendencia en la administración de los negocios tradicionales, aumentando la competitividad y las exigencias del consumidor, por lo que se vio comprometido el control en los productos en función a la capacidad para poder comercializarlos y resolver las necesidades presentes entre los clientes.

La ausencia de una apropiada gestión y un sistema de control de inventarios ha limitado el desarrollo del negocio lo cual a su vez crea diversos inconvenientes en la gestión de sus procesos administrativos, careciendo de información pertinente y actualizada que permita conocer la situación real de la empresa para poder tomar las decisiones más acertadas en cada etapa de la actividad económica y ante los cambios que se puedan presentar en la demanda.

Las consecuencias de esta falta de control se transmiten a la experiencia de compra de los clientes, quienes pueden no recibir el adecuado servicio al no obtener el producto que están buscando, agregándole a esto el tiempo de espera que toma en verificar físicamente la disponibilidad de la mercadería, por lo cual se determina que el tipo de manejo de inventario afecta directamente en el momento de la venta.

El deterioro del nivel de servicio repercute en la imagen que proyecta la empresa hacia sus clientes quienes optarán por acudir donde pueden percibir mayor eficiencia y un despacho con eficacia.

Hoy en día todos los negocios son parte de un mercado global, en donde la carencia de flexibilidad e innovación son inaceptables ante un campo muy competitivo donde las empresas que no estén dispuestas a adaptarse a los constantes cambios de la demanda están condenadas a desaparecer.

1.4.1 Formulación y Sistematización del Problema

¿La falta de sistematización y actualización de los procesos de inventario, captación de clientes y procesos de venta de la ferretería “Suministros y Materiales Navales” han causado el deterioro de los procesos y por ende la pérdida de clientes?

Sub-interrogantes:

1. ¿De mejorar el proceso de bodega e inventarios se mejoraría el conocimiento del stock?
2. ¿De actualizar la sistematización de la mercadería existente se podría facilitar la oferta al cliente?

3. ¿Es necesario que el personal tanto de bodega como de mostrador reciba charlas sobre actualización de los procesos que llevan?
4. ¿El acompañamiento en el proceso de compra del cliente podría mejorar y garantizar el cierre de la compra?
5. ¿Adquirir un sistema informático para llevar un control de las existencias en bodega y perchas, ayudaría al proceso de adquisición de nueva mercadería?
6. ¿De reestructurar la parte física de la ferretería, permitiendo al cliente estar en contacto directo con los productos, mejoraría la adquisición de los productos?
7. ¿Capacitar al personal acerca del ciclo de venta y los tipos de clientes sería garantizaría la buena atención al cliente?
9. ¿Establecer claras políticas internas hacia el talento humano sería repotencializar la empresa?
11. ¿En una PYME familiar que tiene que cambiar para volverse más competitiva?
12. ¿Cuáles son las principales áreas que se deben modificar para conseguir la superación?

1.5 OBJETIVO GENERAL

Reestructurar el modelo de negocio de la empresa haciendo sus procesos más eficientes, innovando la comercialización de sus productos a fin de mejorar su competitividad siendo una PYME en un mercado que está constantemente en desarrollo.

1.6 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.6.1 Identificar las falencias más recurrentes en los procesos operativos de la empresa.
- 1.6.2 Realizar un estudio de mercado del sector ferretero en la ciudad de Esmeraldas.
- 1.6.3 Determinar la política de inventario que mejor convenga para la actividad económica.
- 1.6.4 Implementar políticas de comercialización para mejorar el nivel de servicio al cliente.
- 1.6.5 Implantar un software que permita un mayor control de los procesos operacionales y manejo de inventario.

1.7 CONTRIBUCIÓN POTENCIAL DEL ESTUDIO

1.7.1 Transformar la Ferretería Suministros y Materiales Navales en un referente de servicio eficiente y eficaz para sus actuales y potenciales clientes logrando satisfacer proporcionalmente la mayoría de su demanda.

1.7.2 Ofrecer un servicio dinámico, personalizado y oportuno que permita diferenciarse de la competencia de esta manera generar negocios sustentables y perdurables.

1.7.3 Recuperar la demanda pérdida y promover la fidelidad de estos clientes.

1.8 JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad plasmar los conocimientos y habilidades adquiridos a lo largo de mi formación académica, por lo cual es mi deber como estudiante realizar un trabajo con responsabilidad y dedicación, así mismo como hijo y ciudadano retribuir con este estudio para el progreso de la ciudad de Esmeraldas y el mejoramiento de la empresa Suministros y Materiales Navales la cual requiere la aplicación de nuevas estrategias que agilicen sus procesos y mejoren su eficiencia para hacerla más competitiva. Siendo esta una empresa familiar constituye un factor importante para el desarrollo económico del país en donde las personas desean constituir un ingreso propio para mejorar su calidad de vida a través del emprendimiento

de nuevos negocios que generarán fuentes de trabajo contrarrestando la crisis social y económica que sufren varias familias en nuestro país.

El comercio es uno de los principales sectores que aportan al crecimiento de la economía nacional, siendo la actividad del sector ferretero una de las más dinámicas, contando con una amplia participación de las pequeñas empresas que cada año están incrementándose. (EKOS & UIEM, 2013).

La importancia de empresas con estructura familiar tanto en la economía local, nacional e incluso internacional, se describe en la trayectoria y origen de innumerables negocios que por medio de una constante adaptación y mejora en sus procesos pasaron a convertirse en exitosos emporios, actuando como motores de la economía mundial. Es evidente las fortalezas y dinámica que aporta el factor familiar, así mismo sus debilidades deviniendo vulnerables y perecederas. Por lo cual el reto a cumplir es trascender generaciones manteniendo el equilibrio entre propiedad, familia y empresa.

El mundo moderno se encuentra en constante cambio, del cual todos pertenecemos a un mercado global dinámico. La globalización ha permitido que los consumidores tengan acceso a una vasta línea de servicios en donde sus expectativas son cada vez mayores, por lo cual el nivel de servicio al cliente se ha vuelto el principal objetivo de las empresas por satisfacer estas exigencias.

Para cumplir con este cometido, todos los componentes de una organización, bajo un objetivo unánime, deberán aportar a la cadena de valores con eficiente rendimiento por medio del cual generar un valor agregado a los

productos que se comercializa, con una respuesta cada vez más rápida y personalizada, perceptible para los consumidores en la venta.

Para un superior nivel de servicio se requiere de planes estratégicos de comercialización basados en datos concernientes a la situación real de la empresa por cual un excelente control de todos los procesos y las aportaciones que brindan al producto en cada aspecto estructural de la empresa son de gran relevancia para repotenciar el giro del negocio, para ello un pertinente control de inventario tiene mayor importancia e incidencia en los procesos de la empresa permitiendo realizar un trabajo logístico que permita penetrar el mercado, incrementar la cuota y aumentar los beneficios.

CAPÍTULO II

2.1 MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se expondrá el marco teórico que dará a conocer los enfoques y teorías que se utilizarán para la viabilidad del plan estratégico que se requiere aplicar en la PYME familiar para repotenciar y demostrar el fiel vínculo en las áreas de venta, logística y servicio al cliente, demostrando que su pertinente optimización permitirá una mayor competitividad.

2.1.1 Las Empresas Familiares

Las empresas familiares son aquellas que pertenecen y están controladas por los miembros de una misma familia en la que el capital y, en su caso, la gestión o el gobierno están en manos de sus integrantes (y personas relacionadas personalmente), que tienen la capacidad de ejercer sobre ella una influencia suficiente para controlarla, y cuya visión estratégica incluye el propósito de darle continuidad en manos de la siguiente generación familiar (Sánchez-Crespo Casanova, Sánchez, & Sánchez y Sánchez, 2005).

Independientemente del tamaño que tenga una empresa familiar debido a las diversas dimensiones de las mismas la European Family Business EFB (2013), las considera en este segmento si:

- ↪ La mayoría de votos son propiedad de personas de la familia que ha fundado o adquirido el capital social de la compañía.
- ↪ En su mayoría de sus votos pueden ser directos o indirectos.
- ↪ Por lo menos un representante de esta familia participa en el gobierno o gestión de la compañía.
- ↪ Para las compañías que son cotizadas se le considera familiar si quien fundó o adquirió el capital social, o los familiares poseen el 25% de los derechos de voto (EFB, 2013).

Las empresas acogen también la denominación de familiares en base a un punto cualitativo, el cual es la continuidad generacional como parte del objetivo estratégico de dicha empresa, inspirada en la voluntad conjunta de fundadores y sucesores de mantener el control de la propiedad (Ramirez Elizondo, 2015).

Podemos rescatar como característica principal que distingue la mayoría de empresas de índole familiar es el clima singular que concibe un sentido de pertenencia y un propósito común a toda la fuerza laboral (Leach, 1999).

En el entorno actual, las empresas familiares afrontan una lucha por la subsistencia y la superación en un mercado en donde la eficiencia en los procesos de gestión asociados a los precios y la calidad de los productos, sumándole la técnica de servicio, se vuelven más primordiales que la afinidad

hacia un apellido (Díaz Villanueva, 2014). Constituyéndose como reto primordial permitir su modelo de negocio sea capaz de adaptarse a los cambios socio-económicos (Pavón Garrigues, 2012). Independientemente de esta lucha en un contexto de ámbito profesional, tienen que afrontar y resolver su propia problemática, la familia; sosteniendo un equilibrio relacional entre los miembros.

En el Ecuador, se estima que aproximadamente más del 90% de las compañías constituidas son de propiedad y control de familias, de las cuales la mayoría de estas son PYMES, por ello se enfatiza su aporte crucial al desarrollo económico, social y cultural de la nación.

Todo tipo de empresa que espera emprender nuevos retos comerciales que le permita percibir mejores ganancias y crecer, necesitará de la planeación adecuada para poder proyectarse en el futuro. Todo buen administrador conoce que el éxito de las ideas depende de una rigurosa planificación con la que se busca fijar objetivos dentro de los plazos propuestos o necesarios. Un plan de negocios permite enfocar los puntos clave de la empresa siendo una herramienta imprescindible para justificar un nuevo proyecto empresarial asignando las acciones, recursos y responsabilidades necesarios para desplegarlo (Cynertia Consulting, 2009), y ayuden a prever las dificultades y aprovechar las oportunidades que brinda el medio, ya se trate de una nueva empresa o una nueva línea de negocio.

En la correcta toma de decisiones operativas y estratégicas es necesario contar con información coherente, confiable y oportuna que permita visualizar los aspectos más relevantes de la empresa y el eficiente uso de sus recursos

(Muñiz, 2013), con este cometido El Control de Gestión es la herramienta que permitirá cumplir los objetivos trazados en el desarrollo y materialización de nuevos proyectos empresariales.

2.1.2 Gestión de Inventarios

En el proceso de gestión de inventarios debemos recalcar que es la herramienta esencial con la cual todo administrador tendrá la certeza de tener la disponibilidad de su producto y la información actualizada y pertinente para la toma de decisiones, lo cual a través de un óptimo control podrá reducir los costos de no caer en sobre pedidos y contar con un aprovisionamiento acertado que logre satisfacer la demanda.

Siendo así, la rotación de inventario representa la cantidad de veces que los productos son reemplazados en un determinado periodo, siendo un indicador que refleja la eficacia general de la cadena de suministros. (Vermorel & Mion, 2012).

2.1.2.1 Índice de rotación de inventario

También se lo conoce como el índice de rotación de existencias, es una métrica que a través de la información financiera, nos permite evaluar la eficiencia de una empresa en el manejo y control de los productos que fabrica o compra para revender. Sin embargo también tiene sus limitaciones (Ozyasar, 2014).

2.1.2.1.1 Formulación de rotación

Para determinar la Rotación del Inventario se obtiene por medio de dos elementos que son el Costo de los Productos Vendidos (COGS) y el Valor Agregado Promedio del Inventario (AAIV), la proporción es calculada por medio de la división.

$$\text{Rotación de Inventario} = \text{COGS} / \text{AAIV}$$

En donde la primera variable que es el coste de los productos vendidos (COGS), es obtenido del coste anual requerido para que la empresa pueda ofrecer y vender sus productos a los clientes. Cabe recalcar que en esta operación no son incluidos gastos de venta ni los administrativos. Por otro lado la variable de valor agregado promedio (AAIV) es representada por el valor de todos los productos registrados en el inventario, valorados a precios de coste (Vermorel & Mion, 2012). Sin embargo según Hunkar Ozyasar en su artículo *The Significance of Inventory Turnover Ratio (2014)* determina esta variable como promedio de inventario, la cual es igual al inventario inicial más el inventario al final del período, dividido para dos.

La bondad de este índice es que da a conocer valores bastantes inteligibles proporcionando un punto de comparación inmediato con el tiempo de entrega, para ello derivamos otro término a la formula, cuantificando los días disponibles del inventario o los días que se necesitan vender el inventario.

Días de suministro = $(AAIV/COGS) \times 365 \text{días} = 365 / \text{rotación}$

La aplicación para productos específicos, se conoce como Cobertura de existencias.

2.1.2.1.2 Métrica de rendimiento

Una de las métricas de eficiencia de la cadena de suministros es la rotación.

La rotación de inventario baja, se traduce comúnmente al exceso de inventario, que implica un mantenimiento excesivo de existencias que puede desfavorablemente terminar en un inventario muerto sin movimientos. El decrecimiento en la liquidez es un problema recurrente que genera una presión en aumento sobre el capital de trabajo.

La rotación de inventario alta, por otra parte es el funcionamiento positivo que indica la venta rápida de los productos. La buena gestión de inventario logra alcanzar esta etapa, sin embargo puede comunicar sobre una situación de insuficiencia de existencias de seguridad.

Una variable directamente proporcional a estas temáticas puede darse en la toma de decisiones de abastecimiento estratégicas, como la elección de proveedores, por su estrecha relación con el tiempo de entrega.

2.1.2.1.3 Variación de industria en industria

Como bien sabemos el nivel de rotación de inventarios expresará el movimiento y la frecuencia de demanda que tiene los productos, sin embargo una rotación baja de inventario no significa necesariamente la inadecuada gestión de inventario. El indicador se lo evalúa mediante la comparación de estándares de la industria, en este caso el mercado al que pertenece la actividad económica. Debido a que una empresa de bienes perecederos, debe tener una alta rotación de inventario, alrededor de 100, caso contrario las pérdidas pueden generar costes significativos si no son vendidos rápidamente.

Por otro lado, las ferreterías tienen valores de rotación más bajos, entre 5 y 10, porque sus productos pueden almacenarse durante más tiempo (Vermorel & Mion, 2012).

2.1.2.2 Tipos de Inventarios

Los inventarios son flujos de materiales y productos que se almacenan para ser vendidos, en el campo de la manufactura proveen de insumos a los procesos de producción y a los procesos de operación en los servicios (Gutiérrez, 2013). Con base en la actividad económica que desempeñe la empresa podemos identificar los inventarios por el flujo de material y por su posición en la red logística.

2.1.2.5.1 Tipos de Inventarios por el Flujo de Material

- ↪ **Inventario de materia prima (MP)**, insumos y materiales básicos antes de que ingresen al proceso de producción u operación (Gutiérrez, 2013). Permite tener flexibilidad en compras, para mantener el ritmo de esquemas de producción (Wachowicz & Van Horne, 2002)
- ↪ **Inventario de producto en proceso (PP)**, se compone por todos los materiales o materias primas que entraron y conllevan un trabajo en proceso durante la producción u operación.
- ↪ **Inventario de producto terminado (PT)**, el resultado final, son materiales al finalizar el proceso productivo, son consignados para su comercialización y entrega en un depósito central o depósitos para distribución.
- ↪ **Inventario de distribución.-** Abarca los productos que han finalizado un proceso productivo ya ubicados para su distribución (Gutiérrez, 2013).
- ↪ **MRO.-** Por sus siglas en ingles, Maintenance, Repair and Operational Supplies, son aquellos empleados en producción y operación pero no son parte del producto, como elementos de mantenimiento, repuestos de maquinas, insumos en general,

2.1.2.5.2 Tipos de Inventarios por su Posición en la Red Logística

↪ **Inventario en tránsito**, son principalmente inventarios de conductos, entre distintas etapas de la producción o el almacenamiento, permite la programación eficiente y el aprovechamiento de recursos (Wachowicz & Van Horne, 2002), estableciendo un vínculo entre proveedor, empresa y clientes. Órdenes de compra o pedidos de los proveedores en camino al almacén (Gutiérrez, 2013)

↪ **Inventario cíclico**, o Promedio, es la parte del inventario que sirve para cumplir con la demanda promedio (Gutiérrez, 2013). Resultan cuando se procesan, compran o transportan lotes de artículos mayores a las cantidades pedidas buscando reducir costos. Este inventario se requiere cuando se necesita operar dentro de la empresa con un tamaño de lote.

↪ **Inventario de seguridad**, mantenido para cubrir las variaciones aleatorias o poco predecibles de la demanda y del tiempo de entrega de los proveedores (Gutiérrez, 2013). Se utiliza para manejar variaciones en demanda o en la operación del sistema. Respalda la incertidumbre que surge de tanto en la demanda como en la oferta de cierta compañía.

↪ **Inventario estacional**, se emplean para manejar las diferencias entre la demanda y el plan de producción.

→ **Inventario físico**, es una forma de comprobación física que consiste en confirmar la existencia o presencia real de bienes o materiales almacenados para de esta manera apreciar su estado de conservación y condiciones de seguridad.

2.1.3 Capacitación y Cultura de Servicio

La competitividad de una empresa se mide en función del uso eficiente de sus recursos, dentro de este enfoque se plantea la gestión del conocimiento, que tiene como propósito identificar y aprovechar el conocimiento colectivo de la empresa, a través de la capacidad de de cada miembro que la conforma para desempeñar y dominar un trabajo concreto aplicando todo tipo de conocimientos pertinentes. Es el conjunto de experiencias y valores que se manifiestan en los procesos y prácticas con el objetivo de mejorar la capacidad para resolver problemas, contribuyendo a la sostenibilidad de ventajas competitivas (Andreu & Sieber, 1999).

Se consideran cuatro procesos básicos en la gestión del conocimiento:

- **Creación del conocimiento.**- Por medio de procesos de colaboración y cognitivos individuales, tiene como finalidad desarrollar nuevo contenido dentro de conocimiento tácito y explícito de la organización.

- **Almacenamiento y recuperación.-** Enmarca el conocimiento de la organización aplicado en su gestión, también se le conoce como la memoria de la organización.
- **Transferencia de conocimiento.-** Se puede dar en diversos niveles, empezando de individuo a individuo, del individuo a una fuente explícita, de personas a los grupos, entre grupos y del grupo hacia la organización.
- **Aplicación del conocimiento.-** Se desenvuelve en la toma de decisiones, procesos de innovación y adaptabilidad de la organización.
(Hernández, Marulanda, & López, 2014)

Siendo evidente la importancia de la gestión del conocimiento, donde la cultura organizacional define el conocimiento valorado y su retención como medio para obtener una ventaja sostenida y posterior éxito de la empresa (Hernández, Marulanda, & López, 2014), si bien esto es solo factible a través de sus empleados y todos los integrantes de la organización, lo cual va a dictaminar el alcance metas empresariales. En función de conseguir lo propuesto, nuevos sistemas de incentivos y ambientes de trabajo agradable serán necesarios para impulsar a los colaboradores, además de estimularlos a adquirir nuevos conocimientos.

En el servicio al cliente las organizaciones orientan sus recursos, ya sean estos físicos y el talento humano, hacia las necesidades de los clientes, determinando como único y verdadero activo, un cliente satisfecho (Méndez Álvarez, 2009). A partir de aquí nace el concepto de cultura de servicio, el cual

es un componente imprescindible en un plan estratégico y parte vital de toda empresa que ha logrado el éxito, dándole gran relevancia a esta temática.

De empresa modelo, aplicando la cultura de servicio en sus funciones cotidianas como estrategia de sostenibilidad, señalamos AEROLANE, que en su modelo de negocio donde oferta un servicio de categoría mundial, busca implantar una cualidad diferenciadora ante sus competidores, complementando los modernos recursos físicos que tiene. Por ello LAN sabe que en un ámbito competitivo es imperioso fijar metas cada día más desafiantes para responder a las crecientes exigencias de sus clientes, y es aquí que en el 2009 inició el programa interno Cultura de Servicio, cuyo objetivo principal es el transformar la empresa en la más querida, admirada y mejor (LAN, 2010).

El éxito de su aplicación es la motivación y compromiso, provenientes de del entendimiento de cada uno de los miembros que integran la empresa, por esto es necesario desarrollar y capacitar las personas que están en contacto con el cliente, debido a que son el primer contacto y reflejan la imagen que la empresa desea proyectar.

En el libro, Alcanzando la excelencia mediante el servicio al cliente, en el capítulo 8 titulado: Las pequeñas cosas hacen una gran diferencia, el autor expresa que el compromiso de la alta dirección conduce a la creación de una cultura de empresa orientada al servicio, donde el servicio excelente se convierte en una rutina asumida, que se vuelve tradición (Tschohl & Franzmeier, 1994).

En la Capacitación, como herramienta de gestión, encontramos el Capital Intelectual, el cual es un conjunto de activos intangibles de la empresa, son la materia prima fundamental para la gestión del conocimiento, que a pesar de no formar parte de los estados contables, le generan valor a la organización convirtiéndose en indispensables para ejecutar su actividad, generando a la vez una ventaja competitiva en el mercado (Méndez Álvarez, 2009).

El capital intelectual es el grupo de activos de conocimiento que se atribuyen a una organización, contribuyendo a un mejoramiento en la posición competitiva de una empresa, gracias a que agrega valor a los actores claves (Hernández, Marulanda, & López, 2014).

2.1.4 Tecnologías de la información y su aplicación

Dentro de los mercados cada vez más globalizados, como característica principal tenemos la interconectividad económica en tiempo real, agilizando procesos y concretando negocios, en un marco de innovación constante, gracias al uso de tecnologías de la información y comunicación. Por lo que dentro de este contexto toda empresa por exigencia debe crear y reforzar la ventaja competitiva sostenible, que pueda responder y adaptarse frente a los cambios y no caer ante la incertidumbre.

En los Sistemas de Información Gerencial, las tecnologías de la información actualmente representan una necesaria inversión por parte de toda empresa que desea impulsarse en un mercado cada vez más competitivo, en

donde el campo de acción, amplía las oportunidades de encontrar numerosos clientes y proveedores, de igual manera reduce las brechas de distancia. Por lo que se puede expresar en relieve, los negocios de hoy en día en el corto tiempo y en todas las escalas, como requerimiento básico o fundamental, deberán implementar Software-as-a-Service (SAAS) y Transaction Processing Systems (TPS).

Lo que hace los sistemas de información gerencial, el más interesante tema en los negocios, es el continuo cambio en tecnología, el uso gerencial de tecnología de gestión y el impacto en el éxito de los negocios. Nuevas empresas e industrias aparecen, las viejas se declinan y las exitosas son las que aprenden como usar la nueva tecnología (Laudon & Laudon, 2012).

En el área de la tecnología con mayor impacto en el ámbito empresarial podemos apuntar al desarrollo de áreas de comunicación e información, a través de los últimos años, siendo así que el lapso entre el desarrollar nuevas tecnologías y la aplicación comercial de estas es muy reducido, habiendo cada vez más nuevas plataformas que facilitan el análisis y control de datos representativos, convirtiéndose en importantes herramientas de precisión necesarias para la toma de decisiones, que todo negocio debe implantar a todos sus procesos.

Estas tecnologías permiten derogar y descentralizar muchas tareas realizadas por varias personas en una misma localidad, aumentando la eficacia y eficiencia en las operaciones de cada departamento de las organizaciones, permitiendo una evolución globalizada de las relaciones comerciales,

significando así el desarrollo de nuevos clientes y proveedores con localidades en distintas partes del mundo. Las empresas pueden expandirse y operar cooperativamente bajo un mismo diseño de negocio en todo el mundo.

La tecnologías de información logran la fácil implantación de técnicas cuantitativas, que logran combinar información relevante acerca de operaciones administrativas, procesos productivos y métodos científicos, debe estar apoyada por un eficiente sistema de información, que compile, organice y distribuya la información sobre la cual sea posible tomar las decisiones convenientes para dirigir una empresa (Muñoz Negron, 2009).

En la actualidad, el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) cumple un rol clave en el desempeño productivo de establecimientos, y con esto, el crecimiento económico del país, al formar parte de estrategias integrales de los negocios. En Ecuador, según datos del Censo Nacional Económico del 2010, el 11% de unidades económicas utiliza Internet para sus actividades (INEC, 2012).

La tecnología de gestión es la intervención en las empresas propia de un proceso de cambio planeado, exigiendo complejidad en las relaciones y el aprendizaje de nuevas técnicas de trabajo (Méndez Álvarez, 2009), que deberán ser acopladas por todos los niveles y áreas de una organización, comprometiendo en su implantación, los conocimientos, habilidades y actitudes de quienes la conforman para poder mejorar altamente el trabajo eficiente.

Tabla 1: Novedades en Usos de Sistemas de Información en Negocios

INNOVACIÓN	IMPACTO EN NEGOCIOS
TECNOLOGÍA	
Plataforma de computación en nube se perfila como una zona de negocios más importantes de la innovación	Una colección flexible de los ordenadores en Internet comienza a realizar el área de las tareas de innovación tradicionalmente realizadas en los equipos corporativos.
El crecimiento en el software como servicio (SaaS)	Las principales aplicaciones de negocio son ahora entregados en línea como servicio de Internet.
Una plataforma digital móvil emerge para competir con el PC como un sistema de negocio.	Apple lanza el iPhone, luego abre una tienda de aplicaciones en iTunes, donde usuarios de negocios pueden descargar cientos de aplicaciones que apoyan la colaboración, servicios de ubicación, y comunicación con sus colegas. Pequeño, portátil, ligero, bajo costo, son un segmento importante del mercado. El iPad es el primer dispositivo exitoso con herramientas tanto para el entretenimiento y los negocios de la productividad.
GESTIÓN	
Gerentes adoptan la colaboración en línea y software de redes sociales para mejorar la coordinación, la colaboración y el intercambio de conocimientos	GoogleApps, GoogleSites, de Microsoft Windows SharePoint Services, y Lotus Connections de IBM son utilizados por más de 100 millones profesionales de los negocios en todo el mundo para apoyar a los blogs, gestión de proyectos, reuniones en línea, perfiles personales, marcadores sociales y comunidades en línea.
Aplicaciones de inteligencia de negocios se aceleran	Más potente analítica de datos y cuadros de mando interactivos proporcionan información de desempeño en tiempo real a gerentes para mejorar la toma de decisiones.
Las reuniones virtuales proliferan	Gerentes adoptan telepresencia y videoconferencia tecnologías de conferencia web para reducir el tiempo de viaje y los costos, al tiempo que mejora la colaboración y la toma de decisiones.
ORGANIZACIONES	
Aplicaciones Web 2.0 son ampliamente adoptados por las empresas	Servicios basados en la Web permiten empleados y comunidades en línea interactuar usando blogs, e-mail y servicios de mensajería instantánea. Facebook y Twitter crean nuevas oportunidades para empresas al colaborar con clientes y proveedores.
El teletrabajo gana impulso en el lugar de trabajo	Internet, netbooks, iPads, iPhones y BlackBerrys hacen posible que cada vez mayor número de personas trabajen fuera de la oficina tradicional; 55% de las empresas estadounidenses tienen algún tipo de programa de trabajo a distancia.
Co-creación de fuentes de valor	Fuentes de valor del negocio cambian de productos a soluciones y experiencias, y de fuentes internas a las redes de los proveedores y la colaboración con los clientes. Las cadenas de suministro y desarrollo de productos son más globales y de colaboración que en el pasado; clientes ayudan a las empresas definir nuevos productos y servicios.

Fuente: Management Information System (2012) **Elaboración:** Autor

Otro rasgo a considerar dentro de la innovación de las empresas es el uso de las redes sociales, debido a que estas plataformas permiten interactuar de manera más directa con los clientes que a través de los años han generado nuevos comportamientos y hábitos de consumo.

Plantea darse a conocer mejor, implicando darle a los negocios un carácter y personalidad. Los consumidores se sentirán motivados al conocer los productos que se oferta, yendo más allá, demostrándoles el funcionamiento y cualidades, este valor agregado contribuirán en grandes réditos.

Concluyo con que la ventaja competitiva de las empresas se basa en la innovación de sus procesos, que a su vez permita desenvolverse de manera eficiente, cualidad necesaria para subsistir en el mercado ferretero. La automatización y la aplicación de recursos informáticos permitirán optimizar altamente la gestión del negocio, repotenciando los procesos incurridos en la cadena de valor para poder entregar un servicio de calidad de manera eficaz.

Dentro de un mercado cada vez más competitiva y globalizado, solo los negocios dispuestos a reinventarse junto con un alto nivel de adaptabilidad lograrán mantener sus actividades y beneficios económicos fructuosamente.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Análisis PESTA.- Herramienta de planificación estratégica que busca identificar factores del entorno general que afectan la empresa, ayudando a comprender los ciclos de un mercado, la posición de la empresa en estudio y la dirección operativa.

Estrategia de Bajo Costo y Diferenciación.- En el alcance de la ventaja competitiva, se debe disminuir los costos unitarios o diferenciar el producto para cobrar un precio mayor al de la competencia. En la escala de precios superiores, la empresa debe agregar valor al producto, para diferenciarlo desde la perspectiva del consumidor, en dimensiones como calidad, diseño, tiempo de entrega, servicio y apoyo postventa (Porter, 1985).

Cadena de Valor.- El valor que una compañía crea se mide por la cantidad de compradores dispuestos a pagar por un producto o servicio, siendo rentable si el valor generado excede costos de desarrollar funciones para la creación de valor. Cada actividad agrega valor al producto, estas son primarias y de apoyo de acuerdo a Michael Porter. Lograr ventaja competitiva implica crear valor a menores costos o desarrollar diferenciación del producto para un precio superior (Hill & Jones, 1996).

Planeación Estratégica.- Proceso que inicia estableciendo metas organizacionales, que para su cumplimiento define estrategias y políticas a través de planes detallados para asegurar su implantación y obtención de los fines que se busca. Consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y peligros, que surgen en el futuro proporcionando la base para la mejor toma de decisiones (Méndez Álvarez, 2009).

Punto de Reorden.- Cantidad física de productos necesarios para satisfacer la demanda anticipadamente, más las existencias de seguridad (Moya Navarro, 1999).

TPS.- Sistema de procesamiento transaccional, en español, es un sistema de información empleado para estructurar y registrar transacciones como pagos por productos. El registro de información por TPS es fundamental para la operación de otros sistemas de información que contribuyen directamente en la toma de decisiones (Baldauf & Stair, 2010).

Ventaja Competitiva.- es el producto obtenido por medio de la eficiencia superior, calidad superior, innovación superior y capacidad superior de satisfacer al cliente. Lograr la excelencia en esta instancia exige que una organización desarrolle apropiadas habilidades distintivas (Hill & Jones, 1996).

2.3 MARCO REFERENCIAL

En esta sección se presenta la realidad actual de otra empresa en el sector comercial ferretero y la evolución que ha percibido en el mercado a través del tiempo. De igual manera se analizará el caso de una empresa que implementa planes estratégicos para su desarrollo y como alcance de objetivos.

2.3.1 Comercial Kywi S.A.

Empresa constituida en el año 1943, que comercializa productos de ferretería, hogar, acabados y materiales de construcción. La entidad plantea una experiencia de compra por medio del buen servicio, variedad, garantía y calidad. Lo que la llevo a proyectar gran prestigio y posicionamiento.

Como lo indica en su portal web, en el año 2005 se fortaleció al formar parte de Corporación Favorita, primera cadena detallista del país. De esta alianza el arduo trabajo se ha enfocado principalmente en el servicio, buscando extenderse por todo el país con la mayor oferta de productos. Es así que actualmente cuenta con establecimientos ubicados estratégicamente en las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca, Ibarra, Ambato, Portoviejo, Latacunga, Riobamba, Machala y Esmeraldas.

La característica fundamental de cada uno de estos almacenes, es la amplia disponibilidad de espacio físico en donde se lleva a cabo la exhibición y

venta de productos. Las grandes superficies de exhibición tienen la finalidad de permitir al cliente el contacto directo con los artículos adecuándose para su satisfacción. Propuesta que se maneja en su inventario conformado por una variedad de 40 mil ítems.

Siendo la Logística y Distribución el área más esencial en este tipo de negocio en el 2010 implementaron un centro de 36 mil metros cuadrados de bodegas y facilidades para el almacenamiento, carga y descarga de mercaderías.

En el norte de la ciudad de Guayaquil cuenta con el segundo mayor centro ferretero después de las instalaciones en Quito, dicha inversión en el año 2013 represento \$8 millones por concepto de construcción, en mercadería un valor mayor de \$3 millones.

Como su principal competidor en esta actividad económica se encuentra Ferrisariato, de Corporación El Rosado, como otros grandes participantes podemos mencionar a El Ferretero, Construmercado, Ferretería Espinoza y Ferremundo.

Este negocio tiene un antecedente de ventas anuales por el valor de \$190 millones y las proyecciones para el año en curso de \$215 millones. En el año 2012 las declaraciones tributarias efectuadas al Servicio de Rentas Internas, representaron una facturación de \$2 000 millones (Explored, 2013).

2.3.2 Mc DONALD'S

En cuanto a atención al cliente, expansión en el mercado y diversificación de productos la empresa estadounidense es indiscutiblemente uno de los mejores referentes, contando con millares de franquicias por todo el mundo, transmitiendo su modelo de negocio e imagen en cada una de estas localidades.

Mantener la calidad de los productos para conservar su reputación a medida que se encuentra en crecimiento, incrementar su eficiencia y controlar que cada organización responda a las necesidades de los clientes con el fin de promover su ventaja competitiva. Fue posible por medio del desarrollo de un sofisticado sistema de control, el cual precisaba todos los detalles operativos y de manejo de cada restaurante.

El sistema de control ingeniado por Ray Kroc, comprende un amplio sistema de reglas y procedimientos que deben seguir los concesionarios y empleados de las franquicias al hacer funcionar cada restaurante. El desempeño de tareas, desde recibimiento de clientes hasta cómo preparar alimentos, está establecido en libros de reglamentos, igualmente por medio de la capacitación formal y entrenamiento a cada gerente y estos a su vez a cada empleado o fuerza laboral, transmiten los conocimientos adquiridos en el programa intensivo para que toda la organización entiendan todos los procesos operativos de Mc Donald's (Hill & Jones, 1996).

La meta de establecer el sistema de reglas y procedimientos tiene la finalidad de estandarizar las actividades, de tal forma que cualquier cliente

indiferentemente de que franquicia visite, siempre pueda encontrar con el mismo nivel de calidad en los alimentos y servicio.

Infundir las normas de calidad en el servicio y valores culturales del negocio, en los intereses de los empleados motivándolos, estandariza su comportamiento de tal modo que los clientes conocen como serán tratados en estos establecimientos.

2.4 MARCO LEGAL

2.4.1 CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA

2.4.1.1 Tipo de unidad legal

Las empresas e instituciones según el tipo de unidad legal pueden ser clasificadas en dos tipos: personas naturales o personas jurídicas. La subclasificación de la unidad legal de estas empresas e instituciones responden a las siguientes particularidades jurídicas (INEC, 2014).

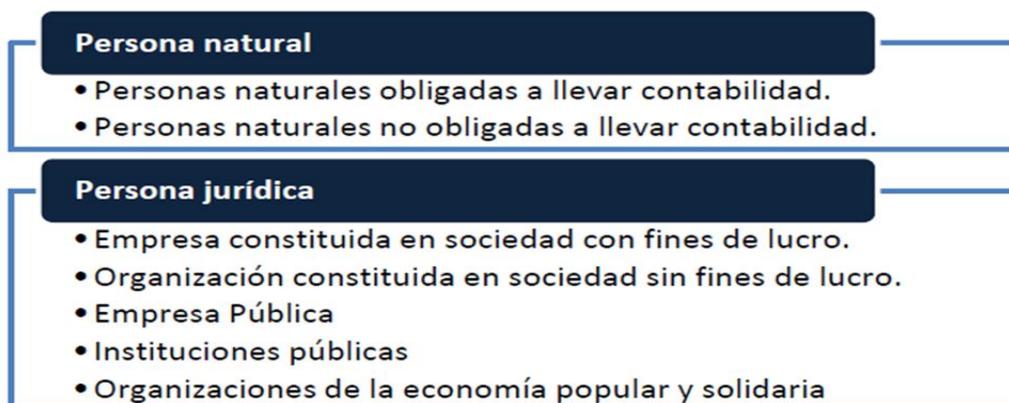


Ilustración 2: Tipo de unidad legal

Fuente: INEC, Directorio de Empresas y Establecimientos.

La ferretería Suministros y Materiales Navales en base al tipo de unidad legal y su subclasificación pertenece al primer grupo: Personas naturales obligadas a llevar contabilidad. Esto es determinado según lo dispuesto por el SRI que estipula que toda empresa que registre anualmente ventas de un valor

igual o mayor a los \$100 000,00 dólares norteamericanos está obligada a llevar contabilidad.

2.4.1.2 Tamaño de empresa

Esta clasificación se la define en base al volumen de ventas anual (V) y el número de personas ocupadas (P) (INEC, 2014).



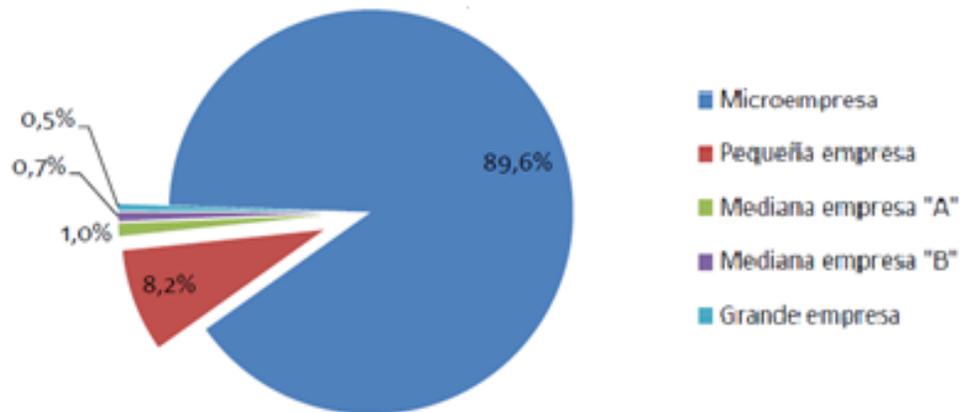
Ilustración 3: Variables de clasificación: Tamaño de empresa.

Fuente: CAN, Decisión 702, Artículo 3.

Dentro de esta clasificación la empresa familiar en estudio formaría a ser parte de la categoría de Microempresa como lo indica la ilustración, debido a que en su nómina cuenta con cuatro empleados, sin embargo sus ventas anuales exceden los \$100 000,00 por lo que en base a sus ventas totales del año anterior figuraría como una Pequeña Empresa, por como lo establece el

Código Orgánico de la Producción e Inversión (COPCI), en el artículo 53, que en caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de los trabajadores (Asamblea Nacional, 2010).

De acuerdo al Directorio de Empresas y Establecimientos del INEC (2012), la mayoría de empresas en el Ecuador según su tamaño son Microempresas con un 89,6% seguido por las Pequeñas empresas con el 8,2%



Tamaño de Empresas	Nro. Empresas	Porcentaje
Microempresa	631.430	89,6%
Pequeña empresa	57.772	8,2%
Mediana empresa "A"	6.990	1,0%
Mediana empresa "B"	4.807	0,7%
Grande empresa	3.557	0,5%
Total	704.556	100,0%

Ilustración 4: Clasificación de Empresas según su tamaño.

Fuente: INEC

La numerosa presencia de este tamaño de empresas en el país reafirma la importancia y el enfoque de este estudio.

2.4.1.3 Actividad Económica

En el Ecuador la clasificación nacional de actividades económicas, se rige bajo las normas de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Actividades Económicas (CIIU) elaborada por las Naciones Unidas (INEC, Clasificación Nacional de Actividades Económicas CIIU Revisión 4.0, 2012), las cuales determinan las actividades económicas de las empresas y establecimientos clasificándolas en secciones.

Los criterios de clasificación con los que se define la CIIU son en función a insumos de bienes, servicios y factores de producción, proceso y la tecnología de producción y finalmente las características de los productos (INEC, 2012).

Por lo cual en base al Sistema Integrado de Consultas de Clasificaciones y Nomenclaturas (SIN) estructurado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), determina las siguientes secciones de acuerdo a la rama de actividad económica:

A Agricultura	B Minas y Canteras	C Manufacturas
D Suministro energías	E Distribución de agua	F Construcción
G Comercio	H Transporte	I Alojamiento
J Información	K Financiera	L Inmobiliaria
M Científico Técnico pública	N Administrativos	O Administración
R Arte	P Enseñanza	Q Salud Humana
	S Otros Servicios	

La empresa en estudio según el tipo de actividad económica, corresponde a la sección G: Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas (INEC, 2012).

A su vez esta pertenece a una clasificación jerárquica en base al sector económico, que corresponde al nivel 4: Comercio, de los cinco niveles en total que existen según el Directorio de Empresas y Establecimientos elaborado por el INEC.

- 1.- Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca
- 2.- Explotación de minas y canteras
- 3.- Industrias manufactureras
- 4.- Comercio
- 5.- Servicios

Las secciones están determinadas por una categoría más detallada denominadas Clases, representadas por cuatro dígitos, perteneciendo la siguiente denominación G4752: Venta al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en comercios especializados (INEC, 2012).

La metodología aplicada por el INEC, agrupa, categoriza y detalla las actividades económicas por código alfabético representando la sección y por un código numérico, como se explicó previamente. El código numérico se asigna en el siguiente orden, los dos primeros dígitos expresarán la división, el tercer dígito el grupo, el cuarto dígito la clase, el quinto dígito la subclase, y el sexto dígito la actividad económica, lo cual permite un análisis más específico.



Ilustración 5: Metodología de codificación CIIU 4.0
Fuente: INEC

La porción de empresas dedicadas como actividad económica al comercio, sector al que pertenecen las ferreterías, está ampliamente representado por el 39,0%, contribuyendo al desarrollo económico del Ecuador.

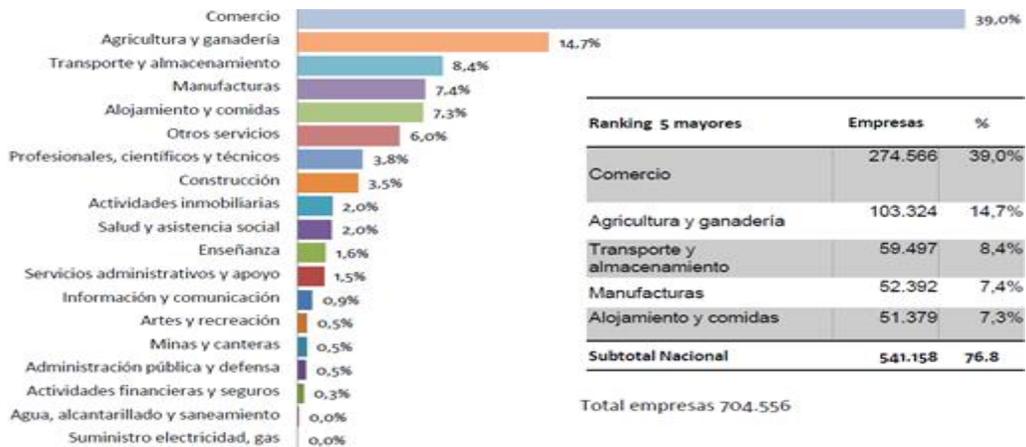


Ilustración 6: Clasificación según actividad económica.
Fuente: INEC

2.4.2 REGISTRO UNICO DEL CONTRIBUYENTE

En la Administración Tributaria, el Servicio de Rentas Internas (SRI) con fines impositivos lleva el control, identificación y registro, de los ciudadanos por medio del Registro Único de Contribuyentes (RUC), para todas las personas naturales y sociedades que realicen actividades económicas en el país, por las cuales corresponden pagar impuestos.

El RUC concurre en un número de identificación compuesto por trece dígitos, variando según el tipo de contribuyente. En este se registra la información relativa respecto a cada contribuyente, como dirección de la matriz y sus establecimientos en donde se lleva a cabo la actividad económica, la descripción de la actividad económica, razón social, tipo de contribuyente, obligaciones tributarias derivadas de la actividad, entre otras informaciones relevantes.

SRI.gob.ec
Información del Contribuyente

Razón Social:	PONTON AGUILAR HILDA MARIA
RUC:	0700875313001
Nombre Comercial:	SUMINISTROS Y MATERIALES NAVALES
Estado del Contribuyente en el RUC	Activo
Clase de Contribuyente	Otro
Tipo de Contribuyente	Persona Natural
Obligado a llevar Contabilidad	SI
Actividad Económica Principal	VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS DE FERRETERIA
Fecha de inicio de actividades	10-01-1983
Fecha de cese de actividades	30-06-1989
Fecha reinicio de actividades	01-07-1989
Fecha actualización	20-07-2005

Ilustración 7: Registro de RUC.
Fuente: SRI

SRI.gob.ec
Información del Contribuyente

Razón Social:	PONTON AGUILAR HILDA MARIA		
RUC:	0700875313001		
Establecimiento Matriz			
No. de Establecimiento	Nombre Comercial	Ubicación del Establecimiento	Estado del Establecimiento
001	SUMINISTROS Y MATERIALES NAVALES	ESMERALDAS / OLMEDO 15-21 Y ROCAFUERTE	Abierto

Ilustración 8: Información de ubicación y estado del establecimiento
Fuente: SRI

En el Servicio de Rentas Internas, el registro de actividades económicas asignado a un contribuyente está regido conforme el clasificador de actividades CIIU (Clasificador Internacional Industrial Único) revisión 3.1, por lo que cabe recalcar su actualización ha sido puesta en marcha en junio de este año

aplicando la revisión 4.0 conforme a las normas internacionales dispuestas por las Naciones Unidas.

Tabla 2: Clasificación de Actividades Económicas CIIU 4.0 y CIIU 3.1

CIIU 4.0			CIIU 3.1		
CODIGO	DESCRIPCIÓN	NIVEL	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	NIVEL
G4752	VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS DE FERRETERÍA, PINTURAS Y PRODUCTOS DE VIDRIO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	4	G5234	VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS DE FERRETERIA, PINTURAS Y PRODUCTOS DE VIDRIO.	4
G4752.0	VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS DE FERRETERÍA, PINTURAS Y PRODUCTOS DE VIDRIO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.	5	G52340	VENTA ESPECIALIZADA AL POR MENOR DE ARTICULOS DE FERRETERIA, PINTURAS Y PRODUCTOS DE VIDRIO.	5
G4752.01	Venta al por menor de artículos de ferretería: martillos, sierras, destornilladores y pequeñas herramientas en general, equipo y materiales de prefabricados para armado casero (equipo de bricolaje); alambres y cables eléctricos, cerraduras, montajes y adornos, extintores, segadoras de césped de cualquier tipo, etcétera en establecimientos especializados.	6	G523400	VENTA AL POR MENOR ESPECIALIZADA DE ARTICULOS DE FERRETERIA.	6

Fuente: SRI Elaborado por: Autor

En el CIIU 3.1 Suministros y Materiales Navales constaba en el SRI bajo la codificación G523400: Venta al por menor especializada de artículos de ferretería. En la actual revisión del 2012 CIIU 4.0, se le asigna la siguiente codificación G4752.01, la cual detalla de manera más específica la actividad económica, conforme aumente de dígito, como se lo explicó en la sección precedente sobre la metodología de clasificación y nomenclatura de actividades económicas aplicadas por el INEC.

2.4.3 OBLIGACIONES MUNICIPALES

En el cantón de Esmeraldas, la empresa en estudio debe cumplir con los requisitos legales establecidos en las ordenanzas impuestas por el Municipio de

la ciudad de Esmeraldas, para atribuirse la facultad de continuar desempeñando sus actividades comerciales en esta jurisdicción.

De acuerdo al artículo 53 y 57 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, faculta al Municipio del Cantón de Esmeraldas como persona jurídica de derecho público con autonomía política administrativa y financiera; así mismo la atribución de regular, mediante Ordenanza, la aplicación de tributos previstos en la ley a su favor (COOTAD, 2015).

A continuación para efecto práctico se detalla algunas de las obligaciones y la base legal que las sustenta, a las que la ferretería, Suministros y Materiales Navales, anualmente está sujeta a pagar.

Tabla 3: *Obligaciones Municipales y su base legal.*

Impuestos sobre Predios Urbanos	Art. 501 al 513	Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización
Impuesto del 1,5 por mil sobre los Activos Totales	Art. 552 al 555	
Patentes Municipales	Art. 546 al 551	

Fuente: GADME **Elaborado por:** Autor

2.4.3.1 Permiso anual de funcionamiento

Suministros y Materiales Navales como persona natural ejerce la actividad comercial de venta de artículos de ferretería dentro del Cantón Esmeraldas, y para realizar esta actividad debe cumplir con las ordenanzas municipales y requisitos normativos vigentes dentro de un ejercicio fiscal comprendido entre el 1 de enero hasta el 31 de diciembre.

Los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento contemplan:

- Cédula de ciudadanía.
- RUC.
- Permiso del Cuerpo de Bomberos del Cantón Esmeraldas.
- Certificación de operación para (Tóxicos, inflamables, ambientales).
(Municipio de Esmeraldas, 2015)



Ilustración 9: *Permiso de Funcionamiento Cuerpo de Bomberos Esmeraldas.*
Fuente: Suministros y Materiales Navales

Conforme a lo que dispone el artículo 35 de la Ley de Defensa contra Incendios vigente, el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos del Cantón de Esmeraldas debe ser renovado los primeros días del año y son entregados por esta misma entidad a los locales comerciales e industriales que operan en la ciudad, los cuales deberán proveerse del equipo mínimo contra incendios. Los valores a pagar se fijan por medio de la Secretaría de Gestión de Riesgo.

La Tasa Anual de Funcionamiento que se paga al Municipio del Cantón de Esmeraldas es especificada en base a la Remuneración Básica Unificada (RBU) del trabajador en general y dependiendo de la categoría a la que pertenezca el sujeto pasivo, en este caso Suministros y Materiales Navales corresponde a: Establecimientos comerciales de sociedades y personas obligadas a llevar contabilidad (GADME, 2013).

Se está en la obligación de exhibir el Permiso Anual de Funcionamiento Municipal, con su respectiva codificación y categorización otorgada por la Dirección de Higiene del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Esmeraldas (GADME, 2013), caso contrario se establecerá una multa de tres veces la cuantía de la Tasa y su reincidencia se traduce en una clausura al establecimiento por de siete días, incluidas sus sucursales.

TITULO DE CREDITO
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO
 Correspondiente : 2015

RUC: 086000240001
 CONTRIBUYENTE : PONTON AGUILAR HILDA MARIA
 Nro. Ident.: 0700875313 Ciu : 27259
 Dirección Contribuyente : AV.OLMEDO 1113 Y ROCAFUERTE
 Nro. Emisión : 755667
 F. de Impresión 13-05-2015 15:51:01
 Número de Pago : 72023
 Fecha Emisión : 13-05-2015
 Fecha Obligación : 31-05-2015
 Fecha de Pago : 13 05 2015

CLAVE CATASTRAL : 19746
 Descripción : Dirección : AV.OLMEDO 1113 Y ROCAFUERTE Detalle: VENTA DE ARTICULOS DE FERRETERIA

Rubro / Componente	Valor	
PERMISO FUNCIONAMIENTO	177.00	Subtotal : **** 178.50
SERVICIOS ADMINISTRATIVOS	1.50	Desc. : **** 0.00
		Recargo : **** 0.00
		Interés : **** 0.00
		Coactiva : **** 0.00
		**** 178.50

CANCELADO
 13 MAY 2015

VALDIVIESO MIELES EDDIE LEON ORIGINAL PARA CONTRIBUYENTE

Lcdo. Edison Barber
 Jefe de Rentas

Ing. Jennifer Pérez Parra
 Tesorera Municipal

Ing. Pamela Ortega Ojeda
 Directora Ejecutiva

Ilustración 10: Pago del Permiso Anual de Funcionamiento 2015
Fuente: Suministros y Materiales Navales

2.4.3.2 Impuesto sobre predios Urbanos

Este impuesto aplica a los propietarios de bienes inmuebles que se encuentran ubicados en el cantón, para su efecto el Gobierno Municipal es el encargado de recaudar, administrar y fiscalizar esta obligación tributaria. El valor que se grava los predios urbanos es en base a su avalúo. Los propietarios, poseedores o usufructuarios lo deben pagar una vez al año.

2.4.3.3 Impuesto del 1,5 por Mil sobre los Activos Totales

Es un impuesto en cual los Municipios, en este caso el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Esmeraldas (GADME) conforme al Art. No 552 del Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización, es el sujeto activo y los sujetos pasivos

comprenden las personas naturales, jurídicas, sociedades de hecho y negocios individuales, nacionales o extranjeros, como se expresa en el Art. 553 del COOTAD (COOTAD, 2015).

La empresa del estudio está domiciliada la jurisdicción municipal del GADME, ejerce la actividad comercial de venta de artículos de ferretería y está obligada a llevar contabilidad de acuerdo con lo que dispone la Ley de impuesto a la renta, por lo que debe efectuar el pago de este impuesto, que recaerá al activo total del año calendario anterior y el periodo financiero empezará a partir del primero de enero al 31 de diciembre. (Buró Tributario, 2011)

Por ser persona natural obligada a llevar contabilidad, tendrá hasta el 30 de abril para efectuar el pago, siendo 30 días después de la declaración del impuesto a la renta.

DETERMINACIÓN TRIBUTARIA			
TOTALES DE ACTIVOS			55.337,52
MENOS DEDUCCIONES	4.204,61		
OBLIGACIONES (HASTA UN AÑO PLAZO)		4.204,61	
PAGO CONTINGENTE			
BASE DEL IMPUESTO DEL 1,5 POR MIL SOBRE LOS ACTIVOS TOTALES			16.291,21
POR ALÍCUOTA DEL IMPUESTO			0,0025%
IMPUESTO CAUSADO			24,44

REPARTO PROPORCIONAL DEL IMPUESTO DEL 1,5 POR MIL SOBRE LOS ACTIVOS TOTALES				
CANTÓN	INGRESOS DEL AÑO ANTERIOR	%	IMPORTE PROPORCIONAL	IMPORTE CAUSADO
Esmeraldas	231.952,05	100	16.291,21	24,44
TOTALES	231.952,05		16.291,21	24,44

Ilustración 11: Declaración sobre el Impuesto 1,5 por Mil sobre Activos Totales
Fuente: Suministros y Materiales Navales

2.4.3.4 Patente Anual para Actividades Económicas

La patente municipal es establecida para personas naturales, jurídicas, sociedades nacionales o extranjeras domiciliadas o con establecimiento en el cantón, que ejerzan permanentemente actividades financieras, inmobiliarias y profesionales (GADME,2015) en base legal al artículo 546 en la sección novena del COOTAD.

De acuerdo al artículo 548 del COOTAD, respecto a la base imponible, expresa que para ejercer una actividad comercial, industrial o financiera, se deberá obtener una patente anual. Los sujetos pasivos deberán obtener esta patente dentro de los treinta días siguientes al día final del mes en que termina el año (COOTAD, 2015).

La tarifa del impuesto anual será en función del patrimonio de los sujetos pasivos. La tarifa mínima será diez dólares y la máxima de veinticinco mil dólares (COOTAD, 2015).

Rubro / Componente	Valor	
SERVICIOS ADMINISTRATIVOS	1.50	
IMPUESTO PATENTES MUNICIPALES A.D.	101.46	
Subtotal:		**** 102.96
Desc.:		**** 0.00
Recargo:		**** 0.00
Interés:		**** 0.00
Coactiva:		**** 0.00
Subtotal:		**** 102.96

Ilustración 12: Pago de patente anual para actividades económicas
Fuente: Suministros y Materiales Navales

CAPITULO III

3.1 METODOLOGÍA

En función de los objetivos por alcanzar, descritos en el Capítulo I para el correcto análisis y solución del problema expuesto en este trabajo de titulación para la empresa familiar en estudio, se requiere de una metodología que nos permita recolectar la información pertinente a través del análisis interno y externo del problema, que exponga la situación actual de la empresa y mida la gestión realizada en todos sus procesos, a través de la estimación de las variables ligadas al desempeño en cada aspecto del negocio.

Esto repercute en el éxito o fracaso del desarrollo de un plan estratégico en los productos y servicios, ofertados al mercado seleccionado o público objeto de estudio establecido en los clientes, lo cual permitirá conocer el perfil y preferencias en la demanda de productos.

El levantamiento de información relevante se realizó por medio de encuestas a los clientes más recurrentes de las instalaciones, quienes permitirán estimar el desenvolvimiento y situación actual de la gestión, así mismo se procedió a entrevistar a personas con experticia en el tema quienes pertenecen a ferreterías que han logrado innovar y superarse en nuestro país.

3.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1 Objetivo general

Conocer el nivel de desempeño y gestión de Suministros Navales y las preferencias los clientes para el desarrollo de un plan estratégico.

3.2.2 Objetivos específicos

- ↪ Conocer la apreciación del cliente sobre el servicio que se está prestando actualmente en la ferretería, y que mejoras en el modelo de negocio podrán enriquecer aportando un valor agregado a su compra.
- ↪ Conocer el perfil del cliente en base a sus preferencias, experiencia y frecuencia de compra, determinando los factores de incidencia que hacen efectiva la adquisición del producto.
- ↪ Identificar los elementos más importantes en la gestión y modelo del negocio para realizar mayor seguimiento e innovar en estos procesos.

3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El estudio para la optimización de gestión de una PYME familiar es el resultado de una investigación descriptiva la cual se han aplicado métodos y conocimientos en las áreas de logística, servicio al cliente y comercialización de productos de ferretería, para su desarrollo y mejora de competitividad.

Este tipo de investigación logra identificar elementos y circunstancias del fenómeno o problema de estudio indagando en la realidad o situación actual para encontrar las posibles soluciones.

La parte cualitativa se realizó por medio de un estudio exploratorio que describirá los factores decisivos de compra, frecuencia y también cuan competitiva es actualmente la empresa.

Esta exploración conseguirá fomentar al desarrollo del plan estratégico e impulso de competitividad dando un enfoque más claro sobre la viabilidad, éxito o fracaso del estudio, demostrando cuan posible será alcanzar los objetivos propuestos.

- Según la naturaleza de los objetivos

Estudio descriptivo.- Los resultados obtenidos en esta investigación describen los procesos de Suministros y Materiales Navales.

- Según el tiempo en que se efectúa la investigación

Estudio sincrónico.- El tiempo de elaboración de este trabajo de investigación está determinado dentro de los cuatro meses, siendo el corto plazo.

- Según la naturaleza de la información

Estudio documental.- El cual se apoyó en la información documental propia de la empresa.

3.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El estudio realizado analiza las variables sin ningún tipo de manipulación deliberada para conocer las incidencias e interrelación con el fenómeno en su ambiente natural, arrojando información fidedigna que permita establecer acciones en el mejoramiento del nivel de gestión.

Es dirigida a los clientes de la cartera con mayor participación y considerable frecuencia de compra, excluyendo el factor volumen de compra, siendo la experiencia previa y conocimiento del servicio los elementos más aceptables para determinar los aspectos positivos y negativos a considerar en este esquema. El entorno o ambiente para el estudio será la ciudad de Esmeraldas.

3.4.1 TIPO DE DISEÑO

Como propósito de la investigación se pretende indagar en el comportamiento de las áreas de interés, para potenciar su competitividad, convirtiéndose en el objeto de estudio, a través de una variable específica como

lo es la gestión del negocio y el plan estratégico a aplicar en el fenómeno de estudio.

3.5 HERRAMIENTAS DE LA INVESTIGACIÓN

Ante la temática de cuan efectivo es el servicio que se presta a los consumidores de un mercado específico, un estudio es relevante apoyándose en la investigación de campo la cual se trata de la investigación aplicada para comprender y resolver una situación, necesidad o problema específico en un contexto determinado.

Se utiliza:

- ↪ La observación
- ↪ La encuesta
- ↪ La entrevista

Son las que permitirán el desarrollo del proceso investigativo. La observación registra de manera metódica y sistemática en un determinado entorno los comportamientos de un individuo o grupo de individuos. Siendo estos la gestión realizada por parte de la empresa en estudio y el efecto que genera en los clientes y los miembros que la conforman, de donde obtendremos los datos que ayudarán a explicar el fenómeno actual. Complementando la dirección del estudio es considerable prestar la opinión de un experto en el tema, por lo que la entrevista también forma parte de nuestra herramienta de investigación.

3.5.1 ENCUESTA

Es una investigación estadística que recopila datos de la parte representativa o todas de las unidades de información seleccionadas del universo a investigar, convirtiéndose en nuestro enfoque cuantitativo, que cuantificará sistemáticamente las apreciaciones, actitudes, valoraciones subjetivas, creencias y opiniones de la población objetivo.

Es importante indicar que por medio de la encuesta fue posible seleccionar los clientes quienes participarán en el Focus Group, en el cual se han implantado indagaciones de carácter cualitativo, que recauda apreciaciones y opiniones de los clientes quienes a través de su experiencia brindarán un comentario o aporte al desarrollo de un mejor servicio. Por el carácter de este método, se desarrollará en la sección de entrevistas.

→ Recopilación de datos

El levantamiento de la información fue realizada a través del contacto vía correo electrónico y en el punto de venta, a las personas del grupo de interés, siendo estos los potenciales consumidores seleccionados dentro de la cartera de clientes y del medio.

→ Tabulación de los datos

Con la información adquirida se procederá al análisis estadístico, ponderando los de naturaleza cuantitativa, y en otro sentido los cualitativos, categorizándolos en función al área de acción y valorización individual.

→ **Análisis de datos**

Los resultados develados permitirán establecer esquemas y criterios de reflexión que permitirán aseverar sobre las conclusiones y decisiones que tomar.

→ **Presentación de resultados**

Los esquemas diseñados permiten extrapolar gráficamente la información para un mejor entendimiento y percepción visual de los resultados.

3.5.1.2 POBLACIÓN O UNIVERSO

La población objetivo para el cálculo de la muestra está determinada dentro de la cartera de clientes más recurrentes a la instalación ferretera dentro de la ciudad de Esmeraldas. Los individuos, grupos y representaciones de este entorno contribuirán con datos más relevantes donde se espera descubrir relaciones e interacciones entre variables sociológicas y psicológicas que determinen las preferencias y afines de compras y servicios, de estas estructuras sociales reales y cotidianas.

La fórmula utilizada en nuestra metodología permitirá cuantificar la muestra.

3.5.1.3 SELECCIÓN Y EXTRACCIÓN DE LA MUESTRA

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Tabla 4: Variables de la fórmula

N	Z²	P	q	e
Tamaño del grupo objetivo, para el presente estudio se utilizó la cartera de clientes compuesta por 500 personas.	1,962 con un nivel de confianza del 95% dando validez a los resultados siendo el más utilizado en este tipo de estudios.	Proporción esperada 50%, que permite maximizar la muestra.	1-p, para este estudio 1-0,5=50%	Nivel de precisión de la muestra, que para este estudio por ser muy pequeña se maneja un nivel de 5%.

Fuente: Ing. Miranda Jorge

3.5.1.4 DESARROLLO DE LA FÓRMULA

n = ¿?
 N = 500 clientes en cartera
 p = 50% (0,5)
 q = 50% (0,5)
 Z = 95% (1,962)
 e = 5% (0,05)

$$\frac{(500) (1,962)^2 (0,5) (0,5)}{(0,05)^2 (500-1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)} \quad n = 217,742 = [217]$$



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

Encuestas realizadas a los clientes de la ferretería Suministros y Materiales Navales previo la obtención del título de ingeniero en Gestión empresarial internacional.

Objetivo: Investigar la viabilidad para la optimización de gestión de una PYME familiar en las áreas de logística, servicio al cliente y comercialización de productos de ferretería.

Investigador: Calderón Pontón, Mario David

Por favor responda las siguientes preguntas:

1. ¿Qué opina usted del servicio que se presta en la ferretería?
Excelente Bueno Regular Malo
2. ¿Le gustaría recibir un servicio personalizado, contando en todo momento con asesoría profesional? Sí No Otro
3. ¿Sería mejor para usted como cliente poder ingresar a la ferretería y estar en contacto directo con los productos antes de adquirirlos? Sí No Otro
4. ¿Estaría de acuerdo con que, de ser necesario, se incluya un precio mínimo por el envío a domicilio y poder contar con este servicio? Sí No Otro
5. ¿Le gustaría poder contar con un folleto en el que se muestren productos especiales y promociones de la ferretería mes a mes? Sí No Otro
6. ¿Con qué frecuencia realiza compras de productos de ferretería? Diario Semanal Mensual Anual
7. ¿Qué línea de productos por lo general son las que usted adquiere?
Construcción Carpintería Eléctricos
Grifería Pinturas Protección corporal
8. ¿En su experiencia de compra, qué tiempo debe durar la transacción de venta? 5min 10min 15min 20min
9. ¿Qué factor es el más determinante al adquirir un producto? Precio Calidad Buen Servicio Marca

Muchas gracias por su tiempo.

Ilustración 13: Formato de la Encuesta.
Fuente: Autor

3.5.1.5 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

→ Pregunta N° 1: ¿Qué opina usted del servicio que se presta en la ferretería?

Tabla 5: *Apreciación del servicio*

Variable	Valor	%
Excelente	45	21%
Bueno	125	58%
Regular	40	18%
Malo	7	3%
Total	217	100%

Elaborado por: Autor



Ilustración 14: *Apreciación del Servicio*
Fuente: Autor

→ Pregunta N° 2: ¿Le gustaría recibir un servicio personalizado, contando en todo momento con asesoría profesional?

Tabla 6: *Requerimiento de servicio técnico*

Variable	Valor	%
Si	207	95%
No	10	5%
Total	217	100%

Elaborado por: Autor

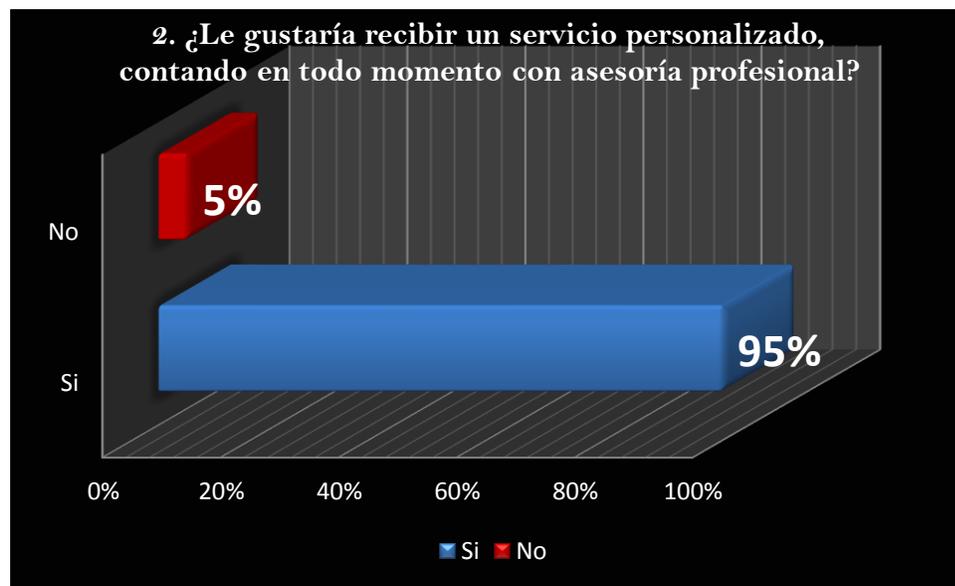


Ilustración 15: *Requerimiento de servicio personalizado y técnico*
Fuente: Autor

→ Pregunta N° 3: ¿Sería mejor para usted como cliente poder ingresar a la ferretería y estar en contacto directo con los productos antes de adquirirlos?

Tabla 7: Disposición de productos

Variable	Valor	%
Si	204	94%
No	13	6%
Total	217	100%

Elaborado por: Autor

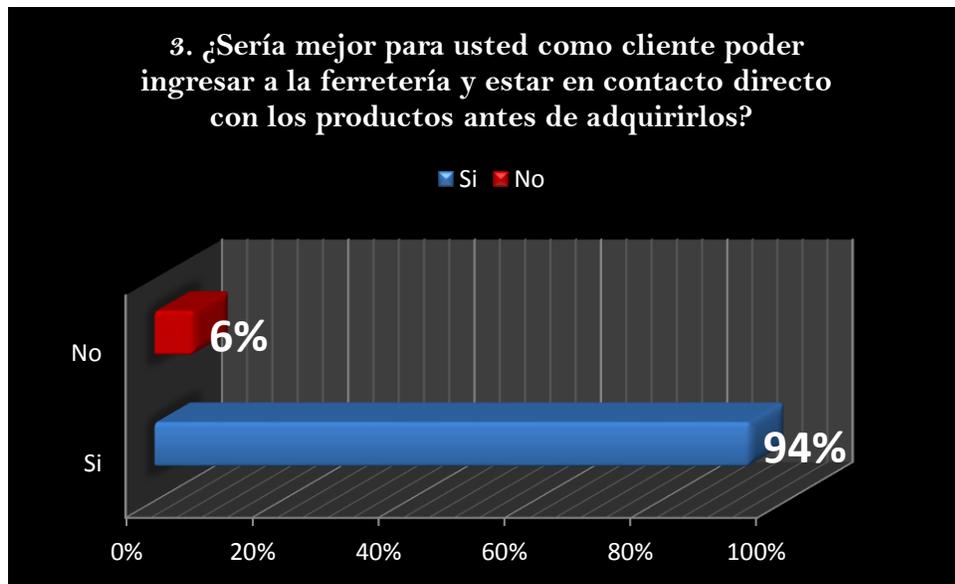


Ilustración 16: Disposición de productos
Fuente: Autor

→ Pregunta N° 4: ¿Estaría de acuerdo con que, de ser necesario, se incluya un precio mínimo por el envío a domicilio y poder contar con este servicio?

Tabla 8: Servicio a domicilio

Variable	Valor	%
Si	194	89%
No	23	11%
Total	217	100%

Elaborado por: Autor

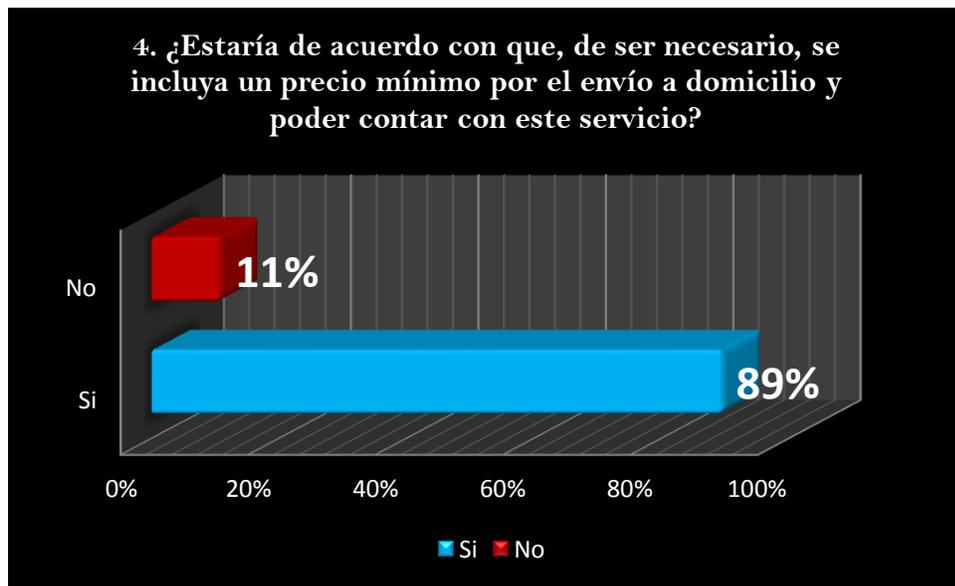


Ilustración 17: Servicio a domicilio
Fuente: Autor

→ Pregunta N° 5: ¿Le gustaría poder contar con un folleto en el que se muestren productos especiales y promociones de la ferretería mes a mes?

Tabla 9: Requerimiento de folleto

Variable	Valor	%
Si	199	92%
No	18	8%
Total	217	100%

Elaborado por: Autor

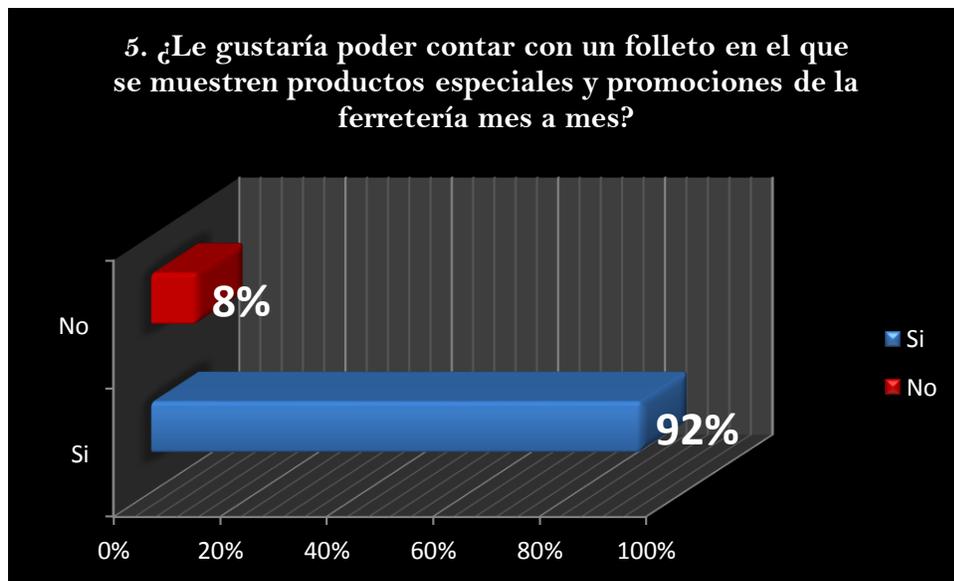


Ilustración 18: Requerimiento de folleto
Fuente: Autor

→ Pregunta N° 6: ¿Con qué frecuencia realiza compras de productos de ferretería?

Tabla 10: Frecuencia de compra

Variable	Valor	%
Diaria	110	51%
Semanal	63	29%
Mensual	29	13%
Anual	5	2%
Irregular	10	5%
Total	217	100%

Elaborado por: Autor

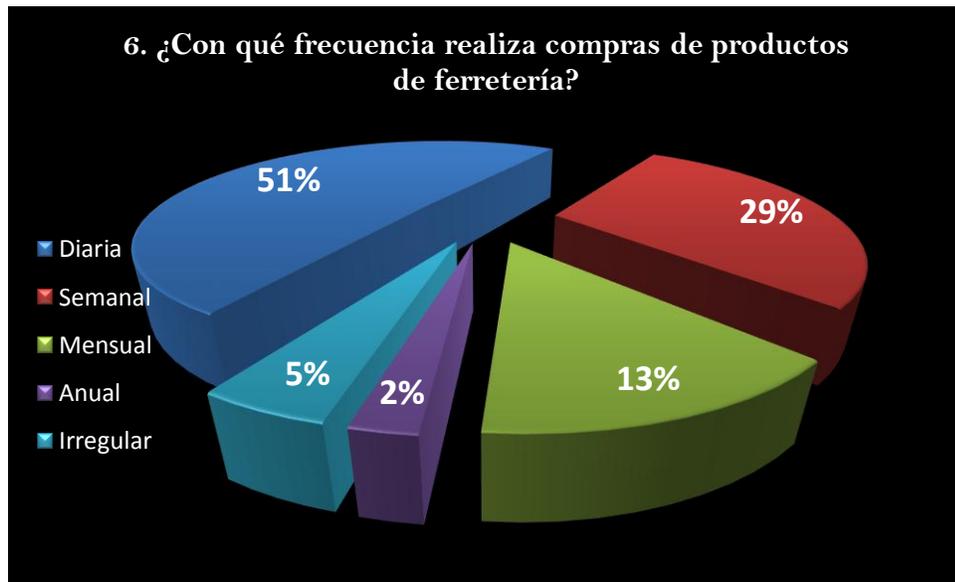


Ilustración 19: Frecuencia de compra
Fuente: Autor

→ Pregunta N° 7: ¿Qué línea de productos por lo general son las que usted adquiere?

Tabla 11: Línea de productos

Variable	Valor	%
Construcción	39	18%
Carpintería	24	11%
Eléctricos	84	39%
Grifería	17	8%
Pinturas	39	18%
EPP	14	6%
Total	217	100%

Elaborado por: Autor

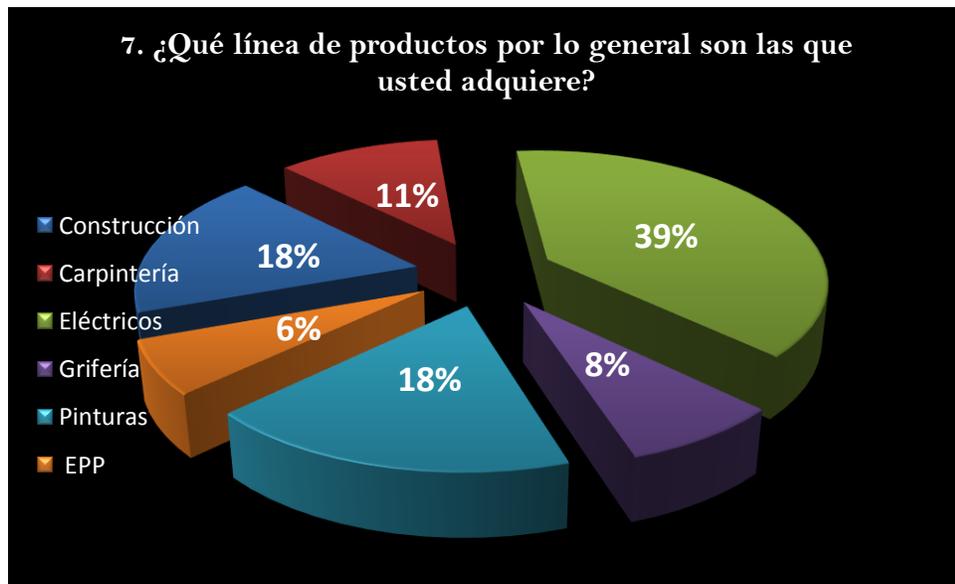


Ilustración 20: Línea de productos
Fuente: Autor

→ Pregunta N° 8: ¿En su experiencia de compra, qué tiempo debe durar la transacción de venta?

Tabla 12: Tiempo entre transacción

Variable	Valor	%
5 minutos	86	40%
10 minutos	80	37%
15 minutos	32	15%
20 minutos	19	9%
Total	217	100%

Elaborado por: Autor



Ilustración 21: Tiempo entre transacción

Fuente: Autor

→ Pregunta N° 9: ¿Qué factor es el más determinante al adquirir un producto?

Tabla 13 : Factor de compra

Variable	Valor	%
Buen Servicio	25	12%
Marca	9	4%
Calidad	153	71%
Precio	30	14%
Total	217	100%

Elaborado por: Autor

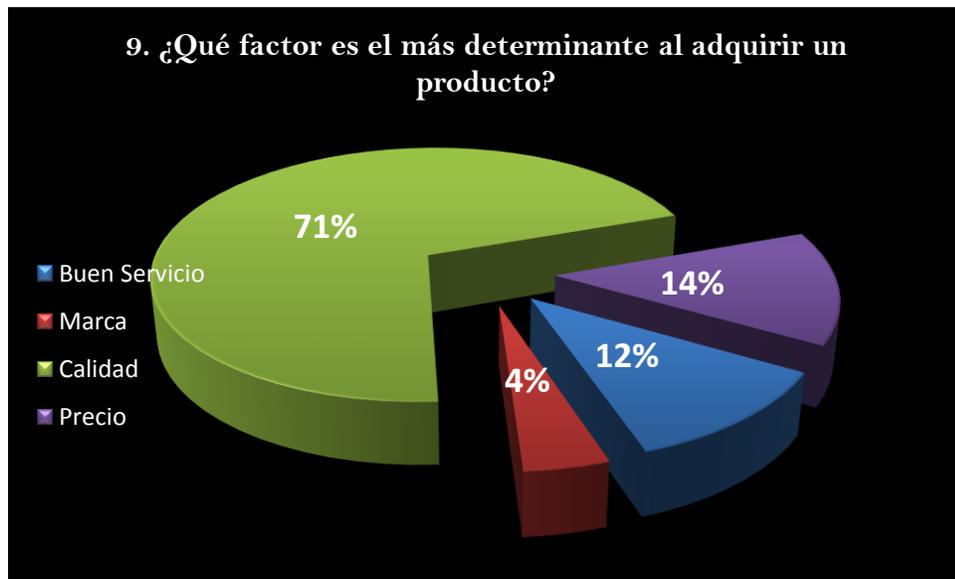


Ilustración 22: Factor en decisión de compra
Fuente: Autor

3.5.1.6 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE ENCUESTA

En esta indagación podemos contemplar la apreciación del negocio por parte de los clientes atendidos, en donde se evidencia positivamente el desempeño de la empresa con un 58% de personas que consideran haber recibido un servicio Bueno, seguido por un 21% que lo percibió excelente. No tan distante encontramos un 18% que consideran Regular y apenas el 3% como Malo, lo cual se traduce en una demanda insatisfecha, por no entregar un anticipado servicio a los requerimientos del consumidor, esto sucede por una deplorable atención y la incompleta entrega o inexistencia de productos en el inventario. Por lo que reducir estas falencias y fomentar las fortalezas del negocio será parte de este estudio.

En la segunda pregunta evidenciamos la importancia de un servicio personalizado que es requerido por un 95% de los clientes, quienes valoran en gran escala el modo en que se entrega el servicio, siendo necesario que este sea especializado y único para cada tipo de requerimiento o temática que se pueda presentar, por lo cual las políticas de ventas deben variar y adaptarse a las necesidades individuales de cada cliente. Vale recalcar que el asesoramiento técnico y consejo de un buen uso del producto dictaminan el éxito de una buena venta dándole un valor agregado a la experiencia de compra. El talento humano es el factor encargado del óptimo desarrollo de este servicio, por medio de la coordinación y delimitación de objetivos por parte de la gerencia.

Con un 94% de aceptación notamos en la tercera parte que los clientes concuerdan en que el contacto directo con la mercadería es una gran ventaja en el negocio, traduciéndose en la exhibición del producto en las instalaciones, como lo llevan a cabo las grandes cadenas distribuidoras y ferreteras, a diferencia de los pequeños negocios que exhiben tras un mostrador su mercadería. En el caso de Suministros y Materiales Navales, una pequeña porción de su mercadería se encuentra en contacto directo a la clientela, permitiéndoles conocer los productos por su cuenta sin necesidad de solicitarlo. Está técnica es de vital relevancia en este tipo de negocio siempre y cuando su aplicación siga una estrategia, la cual busque la promoción y venta de mercadería importante, implantando el conocimiento y apariencia de buen abastecimiento y disponibilidad.

La eficiente utilización de los recursos a más de buscar un beneficio a la empresa, busca también generar valor agregado al producto o servicio comercializado, por ello se plantea la aplicación del servicio a domicilio, que busca ofrecer mayor comodidad a los clientes con localidades lejanas y quienes no dispongan la capacidad de transportar cierta magnitud de productos. El 89% de los encuestados encuentran atractivo este servicio, estando dispuestos a pagar un mínimo valor por el mismo. Sin embargo, actualmente la empresa si ha ofrecido este servicio, salvo que en base al total de venta y tipo de cliente, sin ningún costo alguno.

La constante comunicación con los clientes estando presentes en la mente de los mismos, se evidencia cuan relevante es en la quinta pregunta con el 92% de los encuestados que respondieron afirmativamente la voluntad de

poder contar con folletos informativos y promocionales. Por medio de esto la ferretería podrá generar conocimiento de los productos con los que cuenta y cuáles son los que desea incrementar su rotación por medio de promociones. De igual manera la nueva generación del consumidor desea poder estar siempre informada y conocer a mayor profundidad sobre las bondades de todo producto, incluso las características técnicas. La preferencia de información que se registra es por medio de vía Email.

Podemos denotar en la sexta pregunta que la frecuencia de compra Diaria es la más elevada representando el 51%, seguido por un 29% de requerimientos Semanales y en menor escala una frecuencia Mensual y Anual del 13% y 5% respectivamente por parte de los clientes, los cuales abarcan tanto empresas importantes con requerimientos cotidianamente masivos, así como los maestros de obras, mecánicos, profesores, amas del hogar, entre otros, quienes aunque representen un consumo a menor escala, son de gran importancia en el funcionamiento cotidiano de la ferretería, son la prueba de fidelidad e inclusive amistad debido a que permite un servicio más personalizado por la simplicidad de la transacción conociendo a fondo a la persona. Finalmente cabe recalcar que la demanda de algunos productos ferreteros es imprevista en base a la necesidad momentánea, por lo que registramos una frecuencia Irregular de consumo del 5%.

En esta sección se pudo analizar y conocer un importante dato, el cual es la porción de adquisición en base a línea de productos, siendo los artículos Eléctricos los de mayor representación en las ventas de la ferretería en estudio, seguidos en equitativo valor por la Construcción y Pinturas con un 18%, lo cual

es coherente debido a la alta inversión local en mejoras del hogar o de uno nuevo, por lo que ligado tenemos la Carpintería con un 11%, representado en su mayoría por herramientas. Finalmente tenemos Grifería con un 8% y Equipos de Protección Personal del 6%, grupos en los cuales conocemos que la ferretería no se ha especializado y está demanda es captada por la competencia, a lo que se deberá dedicar un mayor interés.

Ante un modelo de negocio tradicional, la innovación y tecnología se traduce hoy en día en mayor velocidad, por lo que el tiempo de respuesta es una importante temática a ser analizada, por lo cual empresas de este tipo con una amplia gama de productos en su inventario debe empeñar gran énfasis para anticiparse ante las necesidades del mercado, por medio de un servicio eficiente y eficaz. Tal es el caso que en la pregunta 8, solicitamos en base a la experiencia de compra, cuanto debería durar una transacción para ser considerada óptima o deficiente. Tiempo de transacción se lo considera desde el momento que se solicita el producto, hasta que el cliente ya lo recibe y el valor ya ha sido cobrado. Entonces, encontramos que el 40% exigen un servicio inmediato considerado dentro de los 5 minutos, seguido por un 37% que exige lo más pronto posible dentro de los 10 minutos, siendo los dos valores más remarcables y que evidencian las preferencias de rapidez de servicio en las nuevas generaciones de clientes. El siguiente grupo del análisis considera el factor, cantidad de artículos, por lo que vale diferenciar, las transacciones como únicas en cada caso, donde la cantidad de artículos solicitados juega un importante rol en cuanto al tiempo que requerirá proceder la operación, dicho esto encontramos 10 y 20 minutos representados por el 15% y 9% respectivamente.

Finalmente la última pregunta mide los componentes que actúan cooperativamente para incentivar una compra, claro está que todos son considerados por los consumidores al momento de adquirir un producto, sin embargo y de acuerdo a la percepción de cada cliente, se tiende a preferir un elemento por encima del resto que dictaminará la decisión de compra, por lo que encontramos Calidad con un 71%, mientras que Marca con el 9%, aunque correlacionados, es importante diferenciar la apreciación de ambos factores, debido a que el primero se concentra en la cualidad del producto, como lo es el tiempo útil de funcionamiento y las aplicaciones que logren solucionar el mayor número de necesidades posibles. Este factor es el más importante en este tipo de negocios y el conocimiento del mismo solo es posible por medio del asesoramiento técnico. Mientras que el segundo factor Marca, es el posicionamiento en la mente de la misma en las mentes de las personas determinando sus preferencias, en el caso de las ferreterías los productos son tan diversos que a su vez los fabricantes mundialmente son innumerables y por ende las marcas también, tal es el caso del Ecuador que la mayoría de estos productos son importados, por ello aunque mínimo pero significativo, existen grupos de marcas que si son bien conocidas nacionalmente por el cliente cotidiano, y en mayor escala cuando es una demanda más tecnificada. Debido a que este es un mercado muy competitivo, una guerra de precios es ineludible en las economías populares, por ello Precio ocupa el 14%. Por último tenemos la forma como se atiende las necesidades del cliente, que es el Buen servicio, representado por el 12%.

3.5.2 ENTREVISTAS

Según Zeithaml (2000) dentro de la investigación de mercados no debe limitarse con cuestionarios y estadísticas, debido a que muchas formas de investigación son de carácter exploratorias y preliminares, siendo estas las investigaciones cualitativas, las cuales se lleva a cabo con la finalidad de esclarecer la definición del problema y elaborar una investigación empírica más formal. A diferencia de la investigación cuantitativa se diseña para describir empíricamente la naturaleza y las actitudes o comportamientos de los clientes, de igual forma validar hipótesis específicas que se pretendan examinar.

La entrevista es la herramienta metodológica utilizada en el estudio exploratorio, las cuales se desarrollan utilizando un cuestionario con respuestas abiertas, para de esta manera detectar variables más relevantes sobre el objeto de estudio y orientar el trabajo de investigación.

Dentro un plan estratégico la investigación cualitativa marca el inicio del planteamiento de los objetivos a realizar así como también los recursos y esfuerzo para llevar a cabo las mejoras dentro de la empresa, proporcionando las perspectivas y la sensibilidad primordial para la interpretación de los datos.

3.5.2.1 REPORTE FOCUS GROUP A CLIENTES

En esta parte de la investigación nos basamos en la extracción y análisis de datos, los cuales son apreciaciones y recomendaciones emitidas por parte de los clientes entrevistados para el mejoramiento del negocio. Se procedió a considerar aspectos específicos como las áreas de aplicación y la naturaleza de la información obtenida, lo cual permitió dictaminar criterios selectivos que agrupen el número de aportaciones para su respectiva valorización, categorización y análisis.

Tabla 14: Área de aplicación y naturaleza de sugerencias

Variable	Valor	%
Automatización	4	3%
Calidad	10	8%
Capacitación	20	16%
Infraestructura	11	9%
Logística	18	14%
Precio Promo	25	20%
S. Cliente	40	31%
TOTAL	128	100%

Elaborado por: Autor

Como se observa en la tabla, se recopiló el número de ideas aportadas por los clientes, y mediante un análisis valorativo se las agrupó en categorías dependiendo del área de aplicación y naturaleza de las mismas. Observamos una mayor concentración en cuanto al Servicio al Cliente, seguido por Precio y Promoción. La Capacitación refuerza el servicio y la Logística indica una mejor respuesta ante los requerimientos de la demanda.

Automatización

El cliente propone o requiere de la implantación de compras en línea, siendo posible con la creación de un portal web, que contenga toda la información de nuestro stock. Con ello y en un campo de acción general de todas las áreas y procesos de la empresa deberán automatizarse, lo cual es posible a través del uso de TI y SAS, como un sistema de facturación y control de inventarios, ayudando como herramientas estratégicas de gestión.

Calidad

El producto debe tener las mejores cualidades de rendimiento y duración apropiados para la industria o campo de trabajo. Generando un factor de confianza y alta reputación, esto en función a la plena satisfacción del cliente. Debe entenderse por calidad en el concepto de desempeño del producto, más allá del concepto de marca, sin embargo se recomienda mantener entre los productos de calidad varias opciones de distintas marcas, para que el comprador este seguro de haber tomado la mejor elección que le beneficie tanto económicamente como en la funcionalidad.

Capacitación

El personal debe manejar con pericia los datos técnicos y la aplicación/uso correcto de todos los productos, especializándose sobre sus beneficios, bondades y por área de acción. Es posible solo a través de la capacitación constante, convirtiéndose esta en un valor agregado en la venta, el asesoramiento y acompañamiento en todo momento del cliente para anticiparse

a sus exigencias, brindando el servicio óptimo requerido asegurando la compra y confiabilidad de que se ha adquirido lo idóneo.

Infraestructura

La presencia o la imagen que proyecta el negocio es muy relevante para la apreciación de los clientes, tanto visual como psicológicamente. Por lo que un área de trabajo limpia y organizada transmite una sensación agradable, enriqueciendo la experiencia de compra. Se podría determinar como una estética funcional. En cuanto a la productividad de un área de trabajo mejor distribuida, podemos indicar que la buena colocación estratégica de los productos en percha, mejoran significativamente la comercialización permitiendo un mejor control y manejo de inventario lo cual va de la mano con la gestión logística, así como también la accesibilidad del consumidor con el producto. Cabe denotar que la implementación de un parqueadero permite albergar y dar mayor confortabilidad para las personas que desean realizar sus compras sin contrariedades. En cuanto a todo lo anterior una readecuación y ampliación estratégica de la infraestructura del local se precisa.

Logística

La logística es el área vital de toda empresa por lo que el esfuerzo en recursos para el óptimo control de esta herramienta se verá reflejado en el resto de procesos, como lo es seleccionar los mejores proveedores en cuanto precios, mejor manejo de inventarios sobre la disponibilidad de los productos y ahorro al reducir el sobredimensionamiento de stock y su organización, también

poder hacer eficientes los tiempos de entrega, llevar un seguimiento estratégico del consumo y preferencias de cada cliente. Todos estos elementos apoyaran la satisfacción de la demanda tanto regular como irregular, lo cual se traduce en un apropiado y pertinente servicio de calidad que asegurará la adquisición de los productos en el punto de venta.

Precio y promoción

Es requerida la amplia información a fondo de los productos, tanto en el punto de venta, así como también en el lugar donde el cliente disponga para su mayor comodidad, cambiando el método de negocio tradicional, en el cual se espera detrás de una vitrina a que el cliente acuda. Esto puede realizarse vía email en donde también se aprovecharía para dar a conocer las promociones por medio de catálogos, creando así conocimiento y necesidad. Mientras que en el punto de venta, esta información servirá como material de apoyo del personal para dar asesoría técnica. Con la finalidad lograr dar a conocer los productos promocionados/nuevos/estrellas a través de muestras. La percepción de ahorro es el factor más recurrente en la decisión de compra, por lo que un beneficio generado a la economía del consumidor debe encontrarse entre las estrategias de comercialización. Esto es posible en base a precios competitivos y facilidades de pagos. Finalmente el último complemento de esta categoría es el factor variedad, existen los clientes que aprecian tener varias opciones, para asegurarse de tomar la mejor elección de producto, en cuanto a calidad, no obstante bajo el mismo principio pero con diferente propósito la variedad en el ámbito económico permite elegir entre diversas marcas la que mejor se ajuste al presupuesto del comprador.

Servicio al cliente

En lo que respecta al servicio del cliente, se lo consigue a través de la capacitación obviamente, pero la razón por la que lo hemos categorizado aparte, es para plantear la diferencia entre lo que es una capacitación técnica del producto y el tipo de servicio que se entrega al público, para ello está categoría la describimos como cultura de servicio, siendo este concepto los atributos que posee cada compañía para diferenciarse del resto, en la manera de como el servicio es entregado, el valor agregado que busca ganar la preferencia de los clientes en la mayoría de mercados que se desenvuelve. Por lo que el éxito de efectuarlo en un mercado competitivo es necesario fijar directrices y procedimientos a través de metas por cumplir. Esto crea una relación con el cliente para establecer lazos cercanos. Es requerido compromiso de cada miembro de la empresa, quienes con su talento de servicio y comunicación permitirán la sostenibilidad estratégica. Como parte complementaria y de apoyo, la gestión de clientes, a través del análisis de preferencias de productos en base de un seguimiento logrará que la empresa se anticipe y se haga cargo de las necesidades del público. Por último y no menos importante, por el contrario, el trato de persona a persona, debe prevalecer siempre el respeto y educación, fomentando la calidez humana la cual es un factor muy apreciado asegurando la fidelidad del comprador.

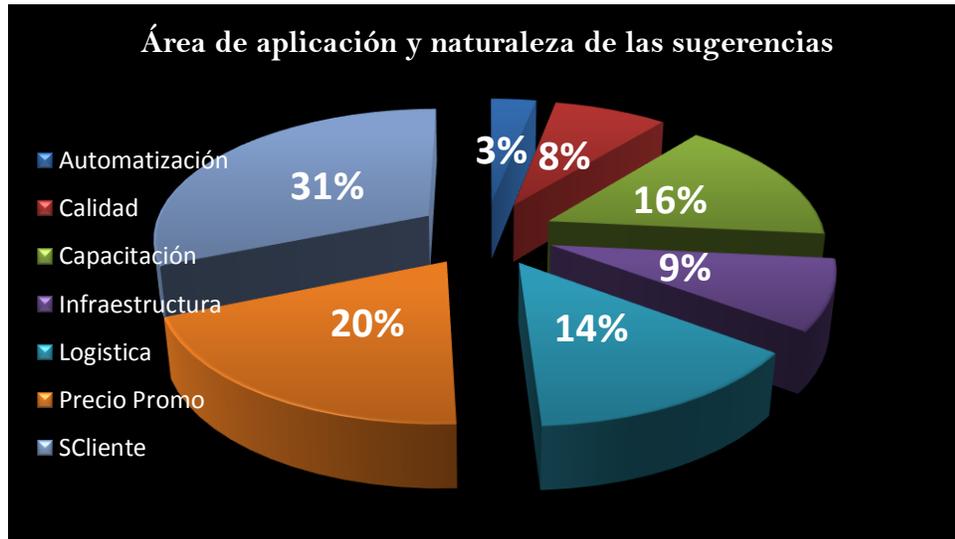


Ilustración 23: Área de aplicación y naturaleza de las sugerencias
Fuente: Autor

3.5.2.2 ENTREVISTA EXPERTISE

Para la realización de esta entrevista se consideró recopilar información de entrevistados con experiencia y formación profesional, calificado como informante clave, que conozca a fondo la situación o problema a resolver, por lo que fue dirigido a expertos que nos proporcionaron información valiosa debido a su experticia en el campo. Las entrevistas se encuentran en el Anexo 1, a continuación se detalla la información obtenida.

Tabla 15: Datos del entrevistado

Profesional Entrevistado	Henry Toledo
Empresa	Kywi S.A.
Cargo	Jefe de Almacén, Agencia Citymall
Información de contacto	htoledo@kiwy.com.ec 04 3 068 251 ext. 6102

Fuente: Entrevistado

Por medio de esta fructífera entrevista pudimos conocer que el comercial ferretero Kywi, uno de los mayores comercializadores de productos de ferretería, maneja 45 000 productos en su inventario, por lo que el control de existencias necesita un minucioso proceso a cargo de un departamento y un supervisor, que se encargan de llevar registro y chequeo físico de sus productos.

Cuenta con un departamento de mercadeo, el cual se encarga de realizar el estudio de qué productos son los que el local necesita tener, en función a la zona a la que se encuentre.

Todos estos procesos son apoyados y validados con un sistema informático que se encarga de automáticamente analizar máximos y mínimos de productos, analizar las ventas promedios de cada producto, y notifica al momento de reponer algún ítem. Es una combinación entre el talento humano y la parte técnica, que ha permitido que todos sus locales se manejen

automáticamente bajo el mismo modelo exitoso de negocio, por lo que prácticamente la empresa se desenvuelve por sí sola.

Esto hace evidente el enfoque que tiene la empresa hacia sus empleados, ya que el factor humano para ellos es más importante y su desenvolvimiento es el que dictamina los beneficios de la organización. La capacitación es un proceso tan importante en esta empresa que se manejan con la filosofía de que todos sepan de todos, que cada empleado sea capaz de realizar una venta incluyendo los jefes, por lo que el compromiso crece.

Entre sus estrategias fue la de abrir su primer local de la costa en la ciudad de Esmeraldas, que para ellos es un mercado de altas oportunidades de crecimiento porque cuenta con el Puerto Pesquero y la Refinería, contribuyendo significativamente. Dejaron la ciudad de Guayaquil para el final, de tal manera que cuando la competencia decida reaccionar, ellos ya se encuentran posicionados en el resto de provincias.

Expresa que el factor humano si no está comprometido a contribuir con su trabajo de la manera más eficiente, el almacén no funciona por más que se tenga de todo por más que se esté lleno. El factor humano es vital incide mucho al estar capacitado en especial en una gama tan extensa de artículos el cliente no siempre encuentra lo que necesite, dependiendo de la complejidad de la tienda, hay cosas que se venden por si solas, pero otras que se necesita de asesoramiento, explicación y asistencia técnica que le ofrezca lo indicado, por ello este servicio debe ser combinado, la capacitación debe atender desde lo sencillo hasta lo complejo.

Tabla 16: Datos de Entrevistado

Profesional Entrevistado	Yesenia Galeano
Empresa	Ferretería Espinoza
Cargo	Supervisora de Almacén, Sucursal la Alborada
Información de contacto	N/A

Gracias a la colaboración de la empresa familiar, ferretería Espinoza, conocimos que para que sea una competencia grande, el asesoramiento brindado debe encontrarse en todo momento de la compra. Conjuntamente con la calidad de la mercadería y el tiempo de garantía, siendo una combinación entre talento humano y servicio.

El correcto funcionamiento del negocio es esencial si todas las áreas están involucradas, el desarrollo de experimenta cada sección se traslada al resto. Sobre el departamento a cargo del abastecimiento y control de inventario expresa que de su inadecuado manejo las ventas no se pueden realizar de la mejor manera afectando seriamente a la compañía.

Opina que estamos en un mercado muy competitivo, pero que a pesar de la presencia grandes empresas, existe tipos de clientes que buscan un servicio personalizado y netamente vinculado a su necesidad particular, por lo que la preferencia del mismo, puede optar muchas veces por negocios sin importar el tamaño, sino más bien su nivel de satisfacción.

Gran parte de su desarrollo empresarial a parte de la trayectoria se ha venido dando por cambios en su metodología y más aún por la modernización de sus instalaciones y procesos.

La ventaja competitiva radica en agregar valor en la venta, diversificar la oferta, dar a conocer promociones, brindar un diferente o nuevo servicio, como por ejemplo la entrega a domicilio, y sobre todo suplir eficazmente las necesidades de los clientes de mayor relevancia. Parte fundamental de estos objetivos es el talento humano. El método de mayor eficacia para compartir la información sobre las actividades que realiza la empresa es el correo electrónico.

El control de inventario se lo realiza a través de una persona encargada que emplea un sistema que automáticamente indica si el stock se ha agotado o no. El departamento de compras se encarga de verificar diariamente el sistema.

Finalmente indica que las capacitaciones son muy necesarias y las mismas deben ser constantes y para todas las áreas.

La entrevista a expertos en el tema, contribuyo en prevalecer la idea central de este trabajo de titulación, debido a que enfoca los elementos como la atención al cliente, la capacitación, la gestión de inventario y el uso de tecnologías o automatización del negocio, todos conjuntamente enfocados a la comercialización de productos.

La experiencia adquirida nos permite idealizar en modelo de negocio y plan estratégico que Suministros y Materiales Navales deberá implantar para poder obtener la ventaja competitiva y poder crecer en el mercado de la ciudad de Esmeraldas.

Se conoció la importancia del compromiso entre los miembros de una organización en alcanzar las metas organizacionales. La preferencias de consumo gracia a la buena atención al cliente, generando un experiencia de compra que se desee repetir. El control de inventario como pieza clave para poder suplir a la demanda. Y finalmente el uso de recursos tecnológicos que se acoplen a los procesos administrativos, analicen la situación tanto externa como interna de la compañía, y refuerce al máximo los otros componentes aquí mencionados, para el desenvolvimiento eficiente del negocio.

CAPITULO IV

4.1 ANÁLISIS SITUACIONAL

4.1.1 MICRO ENTORNO

Registrado en el SRI desde el 01 de Enero del año 1983, La empresa familiar Suministros y Materiales Navales, situada en el centro de la ciudad de Esmeraldas es una ferretería de que comercializa al por menor y mayor una amplia gama de productos específicos y especializados en función de su área de aplicación, siendo los casos de eléctricos, carpintería, construcción, protección industrial, gasfitería, grifería y productos del hogar. En estas tres décadas de actividad, ha permitido figurar y ser reconocida en la ciudad, por lo que ha podido afianzar las preferencias de sus clientes hasta el día de hoy.

Gracias a la experiencia adquirida, la innovación de conocimientos y gestión de clientes, han permitido entregar un servicio especializado y directo a las necesidades más frecuentes entre los clientes y de la ciudad. Convirtiendo a cada integrante de esta sociedad en un cliente o potencial consumidor, enfocando el servicio a todo aquel que tenga un requerimiento, desde personas naturales hasta entidades tanto privadas como públicas.

Toda transacción de venta conlleva una atención personalizada y única, entre los cuales comprende:

- ↪ Asesoramiento técnico.
- ↪ Análisis del requerimiento.
- ↪ Propuesta de producto idóneo.
- ↪ Prueba y montaje del producto.
- ↪ Entrega a domicilio sobre dimensionamiento

4.1.1.1 COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS

Suministros y Materiales Navales, como toda ferretería tradicional cuenta con una amplia oferta de materiales destinados a diversas aéreas de aplicación, creando la oportunidad de crecer económicamente ante las variaciones de la demanda de los productos que comercializa.



Ilustración 24: *Compras y Ventas Año 2014.*
Fuente: SRI, Suministros Navales **Elaboración:** Autor

Como se indica en la Ilustración 24, las ventas de los artículos de ferretería mantienen niveles oscilantes, demostrando que existe estacionalidad en la demanda mensual, pese a percibir niveles óptimos de ventas, no obstante, notamos que las compras de productos a los proveedores superaron las ventas los dos primeros meses afectando inmensamente en las ganancias.

Este desbalance se debe al abastecimiento de mercadería al inicio del año, debido a que este tipo de negocios emplean el modelo de inventario Push, el cual prevé cambios inesperados en la demanda basándose en registros anteriores en las ventas, la contrariedad es que las ferreterías tienden a abastecerse por conocimientos empíricos del mercado lo cual puede resultar dañino en la liquides del negocio producto del sobredimensionar el inventario.



Ilustración 25: *Ingresos Mensuales Año 2014.*
Fuente: SRI, Suministros Navales **Elaboración:** Autor

En consecuencia, el capital es absorbido para cubrir las facturas por adquisición, aunque estas ofrezcan créditos o plazos de pagos, si los materiales no se venden, los ingresos de otros productos cubrirán estos costos, como

podemos visualizar en la Ilustración 25, pese al haber registrado una alta venta en el mes de enero el exceso de inventario arrojó cifras negativas, decayendo aún más en febrero. Sin embargo a partir de marzo las ventas tomaron mayor impulso, contribuido también por la política de reducción de compras.

Para tener un apropiado control del inventario es imperioso el uso de herramientas tecnológicas que optimicen los recursos del negocio por medio de los índices de rotación y permitan reducir los elevados costos de mantener mercadería que no esté rotando en bodega.

4.1.1.2 COBERTURA

Siendo el campo de acción la ciudad de Esmeraldas en el centro del cantón del mismo nombre, no restringe sus actividades fuera de esta zona, figurando clientes de otras ciudades de la provincia e inclusive del país en su cartera, como lo es el caso de empresas externas que prestan sus servicios de mantenimiento y control dentro de la Refinería estatal de la ciudad de Esmeraldas.

4.1.1.3 NUEVOS CLIENTES

Dentro del plan estratégico como solución a impulsar la competitividad del negocio, el crecimiento del mismo es posible a través de la atracción de nuevos potenciales clientes. Implantándose un nuevo objetivo el cual será suplir

esta nueva demanda, y el reto de satisfacer nuevas necesidades que se puede traducir en diferentes productos de los que actualmente se está ofreciendo.

Dadas estas circunstancias como estrategia de aumento de cartera, se propone a continuación un grupo de componentes que permitirán al negocio expandirse en el mercado.

- Clientes referidos
- Medios de comunicación y redes sociales
- Alianza estratégica

Clientes referidos

No es nada más que la comúnmente conocida en el medio del comercio, la publicidad de boca a boca. En donde actuales y recurrentes clientes del negocio han emitido una valoración a través de su experiencia de compra, por medio de comentarios y recomendaciones hacia potenciales nuevos clientes, con las mismas o parecidas necesidades y requerimientos.

Medios de comunicación y redes sociales

La búsqueda de información es una necesidad cotidiana de todos los tiempos, las personas acuden a herramientas funcionales para la indagación y

consulta de temas de interés. Productos y servicios sea cual sea la índole deben estar expuestos al conocimiento público tal así como las empresas y su información de contacto. El rápido y fácil reconocimiento por parte de las personas conlleva a estar disponibles ante tales indagaciones y brindar la mayoría de información necesaria sobre los locales, aportando activamente en la prosperidad del negocio

Es por ello que la publicidad y presencia en motores de búsqueda es vital para figurar en las mentes de las personas. Hace unas cuantas décadas antes de la era del internet, era necesario para toda compañía figurar en páginas amarillas, directorios telefónicos y en los medios convencionales de comunicación como lo son la radio y la televisión.

Actualmente en la era de la globalización y la era de la informática, han cambiado estas necesidades, por lo que la Web y las plataformas en línea son la nueva estrategia de estar presente en la mente de los consumidores.

Acatando y reformándose a los nuevos tiempos y exigencias del medio, el uso de tecnologías de la información y plataformas en línea es considerado como un vital plan en la innovación de la estructura de la empresa para este plan estratégico. Debido a que actualmente el objeto de nuestro estudio no cuenta con un propio portal en la web. Contrarrestando los altos beneficios que este podría generar, como lo indicaremos más adelante.

Sin embargo, vale aclarar que esta empresa si figura en otras páginas de búsqueda digital, en donde se publica información detallada de la ubicación,

números de contacto y servicio ofertado. Permitiendo a cualquier usuario poder ubicar las instalaciones del negocio por medio de buscadores en la web.

Adicionalmente, también existe la presencia en la red social con mayor tendencia a nivel global en la actualidad, contando con su propia cuenta en Facebook desde el 2010. Donde hace muestra de sus servicios, productos y promociones, permitiéndole interactuar de una mejor manera con la comunidad que hace uso de este sitio web, con la finalidad de poder conectarse y ser reconocida por un nuevo grupo de clientes. Actualmente contando con casi 500 personas que han dado un “me gusta” a la página, podemos encontrar información de la ubicación, por medio de la aplicación de Google Maps, y número de contactos y correo electrónico.



Ilustración 26: *Fan page*
Fuente: Facebook

Alianza estratégica

Gracias a las relaciones comerciales con sus proveedores, la empresa de estudio mantiene la exclusiva autoridad en la comercialización de la marca de ciertos productos. Complementando el servicio con las asesorías técnicas y aprobación de garantías necesarias.

Dentro de esta estrategia, respondiendo a los requerimientos y las oportunidades del medio. Hizo posible apertura de un nuevo segmento de productos, ya antes comercializados, salvo que no tecnificado, por lo que la especialización en lo que respecta estos productos crea una nueva oferta.

Dicho segmento son los equipos de protección personal (EPP), los cuales son las indumentarias principales de trabajo y de seguridad industrial de todas las empresas que por norma deben proveer a sus empleados. Siendo ciudad de Esmeraldas un mercado atractivo, cuenta con la Refinería y todas las empresas vinculadas a la misma y de igual manera el Puerto, han creado oportunidad de crecimiento para este tipo de productos y servicios.



Ilustración 27: *Empleados de Petroecuador con Indumentaria de Seguridad.*

Fuente: Petroecuador

4.1.1.4 ORGANIGRAMA JERÁRQUICO

La organización, como lo indicamos en el marco legal, es una pequeña empresa de carácter familiar. Por lo que en su nómina cuenta con tan solo cuatro empleados subordinados a la gerente de Suministros Navales, los cuales constan en la siguiente gráfica.

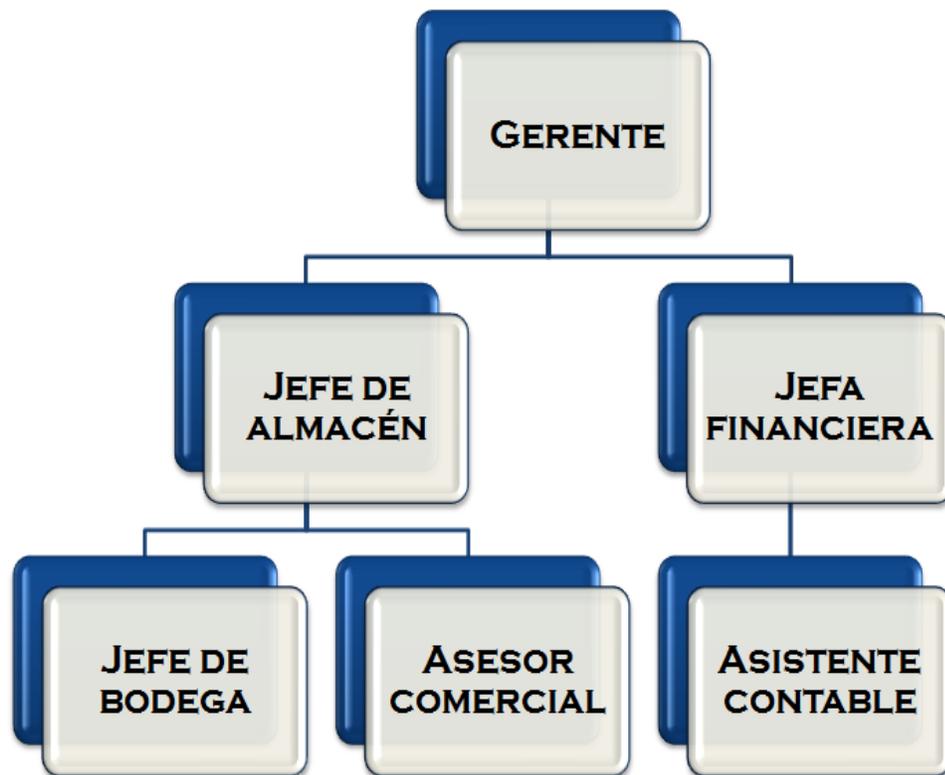


Ilustración 28: Organigrama jerárquico.
Fuente: Suministros y Materiales Navales

4.1.2 MACRO ENTORNO

Para esta parte del estudio se procedió hacer uso de las siguientes herramientas de administración.

- ↪ ANÁLISIS PESTA
- ↪ CINCO FUERZAS DE PORTER
- ↪ MATRIZ FODA
- ↪ ESTRATEGIAS FO - FA - DO - DA

4.1.2.1 ANÁLISIS P.E.S.T.A

Este método de estudio resume factores externos que influyen directamente en el objeto de estudio, dentro del ámbito, político, económico, social, tecnológico y ambiental. Debe realizarse antes de elaborar la matriz FODA.

Factores políticos

La balanza comercial ecuatoriana se ha caracterizado por exceder las importaciones sobre sus exportaciones, donde se comercializa bienes primarios poco tecnificados en el mercado internacional pero se termina adquiriendo productos terminados y servicios extranjeros a un mayor valor agregado. La vulnerabilidad de la economía ecuatoriana y desigual situación de intercambio

en el mercado internacional es evidente ante variaciones de los precios de materias primas y a su vez la competencia ante productos con mayor valor agregado debido a la alta tecnología. Es por ello que el Gobierno se enfoca hacia un cambio en el sector industrial que aporte un valor agregado a los productos y servicios que el país exporte, bajo esta directriz se fomenta el cambio de la Matriz productiva del país.

La transformación de la matriz para alcanzar el Ecuador del buen vivir, es el planteamiento del Gobierno Nacional, el cual implica la transición de un patrón de especialización primario exportador y extractivista por uno que privilegie la producción diversificada, eco-eficiente y con mayor valor agregado, así como los servicios basados en la economía del conocimiento y la biodiversidad (SENPLADES, 2012).

Uno de los ejes definidos que intervendrán para la transformación de la matriz productiva es la diversificación productiva a nivel nacional mediante la creación de industrias estratégicas, en donde la participación activa de la población haciendo uso de sus capacidades y conocimientos, significará mayor número de personal, quienes representan una oportunidad de ganancia en la dotación de indumentarias y equipos de protección personal (EPP), los cuales se comercializa actualmente y se busca llevarlo a una mayor escala. Como mayor ejemplo de una de estas industrias estratégicas con mayor inversión del Gobierno contamos con la Refinería Estatal de Esmeraldas y la Empresa de Alcantarillados y Agua Potable (EAPA).



Ilustración 29: Refinería Estatal de Esmeraldas
Fuente: Wikimedia

Sujeto esta política pública de gran envergadura, el Estado con el objetivo de fomentar el desarrollo de actividades económicas, productivas privadas y de la economía popular y solidaria, aportó con la puesta en marcha del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), por medio del cual controla y facilita incentivos fiscales imperiosos para las iniciativas de estos sectores.

En el libro III del COPCI, trata del desarrollo empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas, de la democratización de la producción. En el capítulo II en el artículo 54 atribuye al Consejo Sectorial la competencia de establecer políticas de fomento y desarrollo de PYMES con el deber en el literal b, de formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES (Asamblea Nacional, 2010).

En el Capítulo III del COPCI trata de los Mecanismos de Desarrollo Productivo, en donde en el artículo 55 referente a las Compras Públicas expresa que las instituciones públicas estarán obligadas a aplicar el principio de inclusión en sus adquisiciones. Para fomentar a las MIPYMES, el Instituto Nacional de Compras Públicas deberá incentivar y monitorear que todas las entidades contratantes cumplan con establecer criterios de inclusión, otorguen facilidades de información de manera oportuna, simplifiquen trámites para intervenir como proveedores del Estado y definan dentro del plan anual de contrataciones los bienes, servicios y obras que puedan ser suministrados y ejecutados por las PYMES (Asamblea Nacional, 2010).

El Sistema Nacional de Contratación Pública, beneficiará en el desarrollo de Suministros Navales, proveyendo al estado de sus productos generando ganancias significativas y un crecimiento en el ámbito empresarial, por las ventajas de preferencia y equidad competitiva que ofrecen a las pequeñas empresas en licitaciones, este es el compromiso del Servicio de Compras Públicas (SERCOP) para impulsar la producción nacional.

Por lo que para garantizar la competencia en condiciones justas y desarrollo, por medio de la eficiencia y buenas prácticas de empresas, consumidores y más aún de los pequeños y medianos productores, se encuentran normados por la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado.

La economista Gabriela Calderón de Burgos considera que la matriz productiva de un país no puede ser cambiada de manera deliberada con un plan impuesto desde las alturas, creer eso es ignorar que la matriz productiva se ha venido transformando gracias al éxito de determinados empresarios, sin necesidad de un gran plan nacional (Calderón, 2014)

Así mismo en su libro *La tiranía de los expertos*, el ex economista del Banco Mundial, William Easterly expresa que el éxito de un país en la especialización realmente es el éxito de una empresa; el éxito de una empresa es realmente el éxito de un individuo y como ejemplo se refiere al fundador de Hyundai. Con esto plantea que un desarrollo económico debe apuntar y anteponer el mejoramiento de la condición humana y la libertad individual (Morales, 2014).

Siendo Corea del Sur la fuente de inspiración y experiencia para el plan del Estado, por su transformación en cinco décadas en una economía que actualmente lidera la producción de tecnología y conocimiento. El Ecuador forma parte del programa Knowledge Sharing Program (KSP) del país asiático, que permite compartir las experiencias de transformación. El profesor Hong Yul Han, jefe del equipo de KSP recalca el potencial con el que cuenta nuestro país para penetrar en el contexto internacional gracias a los grandes recursos competitivos, solo es necesario un impulso (SENPLADES, 2012).

Esto nos lleva a reflexionar sobre estos dos escenarios de opiniones y rescatar lo mejor cada uno, en el que la autonomía y libertad de los empresarios no debe restringirse, siendo los principales motores de la

economía nacional a través de la historia fomentando la productividad de varios sectores, por ello las políticas del estado deben velar en proteger y garantizar su desarrollo, por otro lado es necesario también un incentivo e intervención que ayude a controlar que no exista inequidad y que las pequeñas empresas como Suministros Navales puedan ser así mismo participes y aportar a este cambio nacional contando con las mismas oportunidades. Con certeza encontramos estas necesidades plasmadas en las políticas públicas para un nuevo orden económico con inclusión en la nueva estructura del país del Buen Vivir.

Finalmente, el pasado 11 de marzo del presente año se impuso la medida proteccionista de salvaguardias cambiarias a cargo del Comité de Comercio Exterior (Comex) por medio de la resolución 11, donde se fija una sobretasa arancelaria que oscila entre el 5% y el 45%, la cual busca reducir 2200 millones de dólares de importación y durará 15 meses (ElComercio, 2015). Esta medida es en respuesta a la caída del precio del petróleo y salida de divisa, la cual aplica el aumento de aranceles a 2955 partidas de importación en la que el sector industrial nacional solicitó la revisión de diferentes tipos de subpartidas esenciales en su producción y que la decisión gubernamental ha optado por evaluar la disminución de restricción arancelaria en ciertos insumos, hasta el momento 163 partidas han sido excluidas por medio de una resolución que el Consejo de la Producción aprobó. Siendo el caso de varios productos especializados de ferretería que en su mayoría proceden del extranjero debido a la carencia de fábricas que los elaboren nacionalmente, el sector ferretero ha percibido un impacto en los costos de sus productos, encareciéndolos para la venta al público afectando negativamente al sector comercial.

CONSTRUCCIÓN			
Producto	Tasa actual	Sobretasa	Total
Baldosas	+ 5% + USD 0,14/Kg	25%	● 30%
Palas	● 10%	5%	● 15%
Serruchos	0%	5%	● 5%
Playo o alicate	0%	15%	● 15%
Martillos	● 10%	15%	● 25%

25%
SOBRETASA

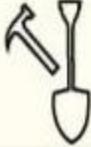


Ilustración 30: Salvaguardias en insumos para la construcción
Fuente: Diario El Comercio

Factores Económicos

La economía ecuatoriana ha venido percibiendo un crecimiento durante los últimos años en las exportaciones de sus bienes primarios como lo son los sectores del banano, cacao, camarón, flores, entre otros y del crudo pesado el petróleo. Sin embargo las latentes recesiones del mercado internacional la han ralentizado en los últimos meses generando un gran impacto en nuestra economía como lo fue la caída del precio de barril de petróleo, por lo que en esta primera parte, se analizaran aspectos macroeconómicas en la economía nacional y las incidencias que tienen en el desarrollo de este estudio.

Respondiendo a la caída del precio de barril de petróleo como medida proteccionista al sector externo de la economía, en marzo de este año se implementó las salvaguardias, la cual según el ministro de Comercio Exterior

destacó que se registró una caída de las importaciones en un 13% lo cual significarían 874 millones de dólares en los tres meses posteriores de aplicación de esta medida (Portelles, 2015). El sector comercial al que pertenecen las ferreterías se ve afectado por incremento de precios en ciertos productos encareciéndolo y reduciendo los ingresos reales de los clientes.

Para este año se estimó un aumento en el presupuesto general del estado que ascendería a 36000 millones de dólares, donde las exportaciones petroleras únicamente representan un 10%, siendo la mayor fuente de financiamiento la recaudación de impuestos que superan 15500 millones al año, aunque vale recalcar que las ventas petroleras aportan al país el 50% del total de divisas que ingresan a la economía (Zák, 2014).

Ante la temática en la reducción de las exportaciones y un mayor impulso a la capacidad de producción nacional al generar mayor riqueza y un desarrollo más sostenible se contempla en el sector agroindustrial un aporte positivo a la balanza comercial de 5000 millones de dólares y de 2300 millones de industrias básicas (Zák, 2014), por lo que en virtud del plan nacional del cambio de la matriz productiva y como medidas proteccionistas se pretende la reducción y sustitución de importaciones no petroleras en 800 millones de dólares, a través de la exportación de productos ecuatorianos procesados con un mayor valor agregado gracias a convenios con empresas nacionales. El ministro de industrias indicó que se ha logrado superar ampliamente la meta reduciendo importaciones por 1726 millones de dólares (El Comercio, 2014).



Ilustración 31: La Evolución de las importaciones en el Ecuador.

Fuente: BCE, Ministerio de la Producción, Diario el Comercio

Sin embargo, las actividades del sector ferretero por su tipo de mercadería están estrechamente relacionadas con la importación, debido a la carencia de industrias especializadas en la fabricación de estos productos, por lo que la balanza comercial se ha mantenido negativa denotando un crecimiento del 133% desde el 2009 como se observa en la siguiente tabla.

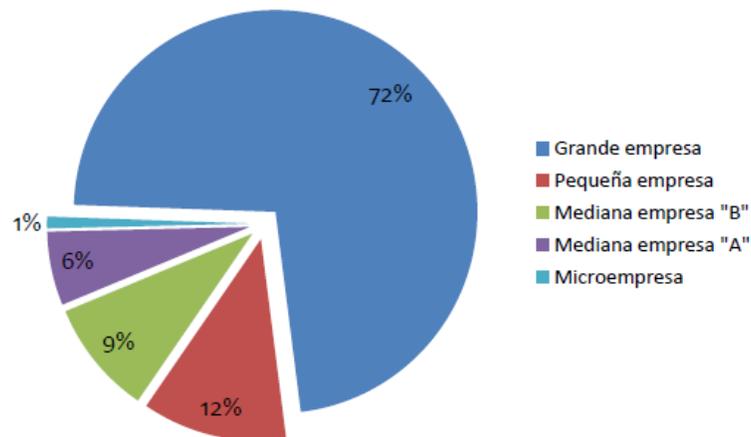
Tabla 17: Balanza Comercial Productos Ferreteros

Balanza comercial productos de ferretería (miles de dólares)			
Años	Importaciones	Exportaciones	Balanza Comercial
2009	334,774	18,032	-316,742
2010	660,975	28,096	-632,879
2011	567,069	33,686	-533,383
2012	540,370	33,631	-506,739
2013	770,356	42,020	-728,336

Fuente: UIEM, Banco Central del Ecuador.

En el Ecuador la actividad comercial en este caso del sector ferretero se puede aseverar que es una de las más dinámicas de la economía nacional, por lo cual en esta segunda parte nos concentraremos en analizar dos aspectos de la misma en cuanto al aporte e importancia de este sector a la economía nacional y la evolución que ha venido llevando a cabo; Y en función al diseño de este trabajo de titulación presentaremos las características de los pequeños negocios ferreteros.

El grupo de empresas pequeñas constituidas en el país, en el 2012 ocupó el segundo lugar en ventas totales, con un 12%, por debajo de las grandes empresas representas por el 72% (INEC, 2012).



Tamaño de la Empresa	Ventas (miles de USD)	Porcentaje
Grande empresa	\$ 105.130.135	72,4%
Pequeña empresa	\$ 16.810.188	11,6%
Mediana empresa "B"	\$ 13.280.643	9,2%
Mediana empresa "A"	\$ 8.574.674	5,9%
Microempresa	\$ 1.337.329	0,9%
Total	\$ 145.132.969	100,0%

Ilustración 32: Ventas Totales según tamaño de la empresa 2012.

Fuente: INEC

El sector comercial, actividad a la que pertenece la ferretería, en el 2012 según datos del INEC, representa el 40,5% de las ventas totales seguida por manufactura apenas con un 27,4% demostrando la gran relevancia del sector en aportación al desarrollo económico sostenido en nuestro país.

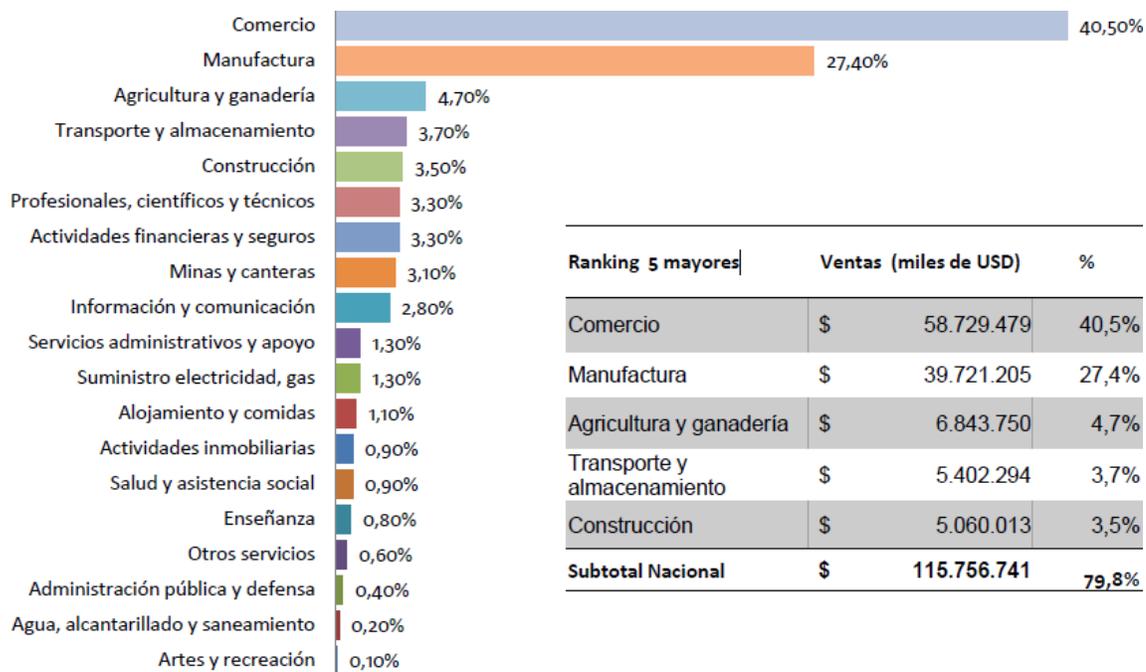


Ilustración 33: Ventas Totales por Actividad Económica.
Fuente: INEC

Si nos concentramos en el sector de la construcción, vinculado directamente a la actividad ferretera, podemos denotar el constante crecimiento que se ha presentado en la última década, en especial en los años 2011 y 2012 donde refleja mayor concentración de las cifras. Consecuentemente, en base a un estudio presentado en enero de este año, la Unidad de Investigación Económica y de Mercados (UIEM) evidenció un crecimiento de 176,3% del

sector de la construcción en el periodo 2004 - 2014, con un aporte al PIB de 10,44% en el año 2013 (EKOS & UIEM, 2013) y de 9,78% en el 2014 (Fierros, 2015).

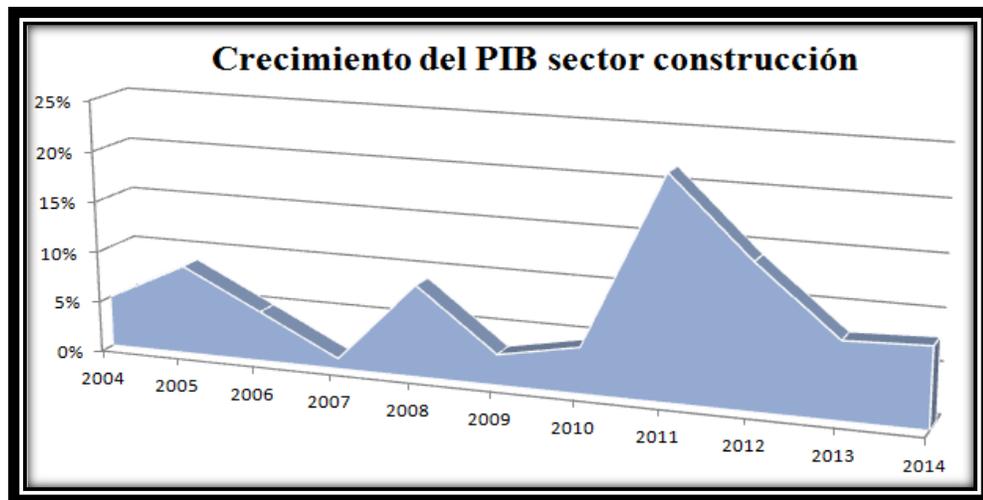


Ilustración 34: *Crecimiento del PIB sector construcción (2013).*
Fuente: Banco Central del Ecuador, UIEM **Elaboración:** Autor

El sector ferretero se ha venido incrementando en los últimos 5 años vinculado a dos factores la expansión económica nacional y el boom de la construcción, que han permitido diversificar la oferta desde herramientas y productos básicos hasta materiales para la construcción como arena, cemento e hierro, a su vez el aprovisionamiento de los materiales eléctricos e insumos del hogar. Este importante desarrollo inmobiliario ha sido impulsado por el gobierno a través de planes como el bono de la vivienda a cargo del Ministerio de Desarrollo Urbano, Social y Vivienda (MIDUVI), gracias a la reducción de la tasa de interés para préstamos hipotecarios otorgados por el Biess.

Así mismo cabe recalcar el sector del comercio como uno de los principales en aportación al crecimiento de la economía del país y su PIB, con un pico máximo de 10,76% en el año 2008 y una recesión en el 2009, para luego continuar con un notable crecimiento en los siguientes años reflejando un significativo crecimiento de 10,57% en el año 2013 (EKOS & UIEM, 2013).

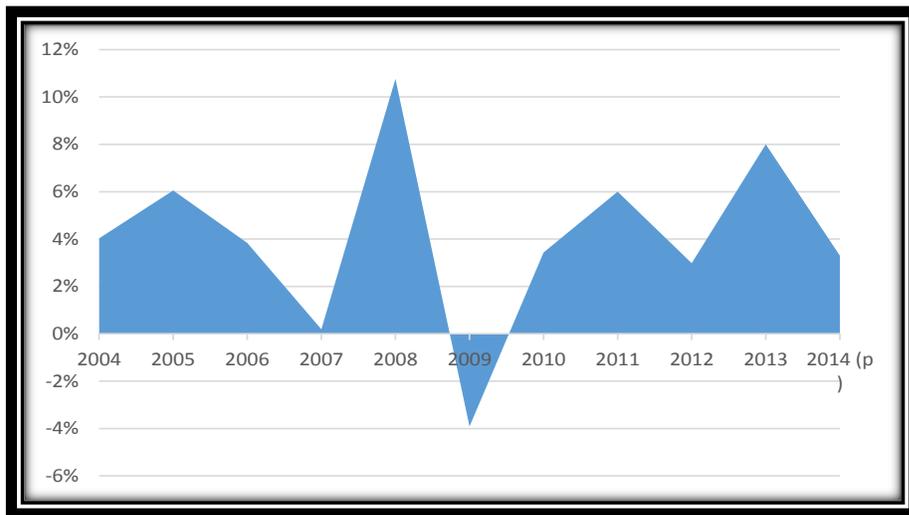


Ilustración 35: *Crecimiento del PIB sector comercio.*
Fuente: Banco Central del Ecuador, UIEM

Según la revista ferretera Fierros, en su edición anual Proyecciones 2014 indica que dentro del periodo del 2011 al 2012 el número de empresas registradas en su estudio de participación por número y tamaño de empresas en la construcción paso de 1741 a 2776 con un crecimiento del 59,45%. Donde en base a su tamaño, empresas pequeñas percibieron un crecimiento de 69,94%, las medianas de un 38,72% y las grandes del 32,23%. Con ello se hace evidente la gran importancia representativa de las empresas pequeñas pero también el aumento competitivo por parte de nuevos emprendedores.

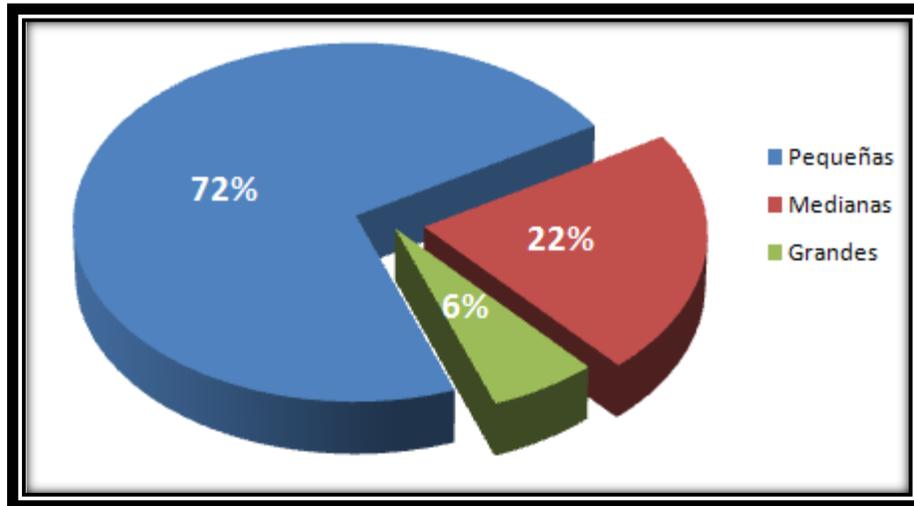


Ilustración 36: Participación por número y tamaño de empresas de la construcción
Año 2012
Fuente: SRI

En el año 2013 los ingresos por parte del sector ferretero alcanzaron los 4mil millones de dólares, ya en el 2014 el sector de la construcción creció en un 4,9%, siendo uno de los principales impulsores del sector en estudio, y aportando con el 9,78% del PIB total (Fierros, 2015).

En cuanto al empleo datos del INEC denotan, en el sector de la construcción para finales del 2013 el 6,83% de la población económicamente activa (PEA) fue contratada, mientras que el sector del comercio, en el año 2013 negocios relacionados con las ferreterías generó plazas de trabajo al 0,87% del PEA, como se observa en la ilustración.

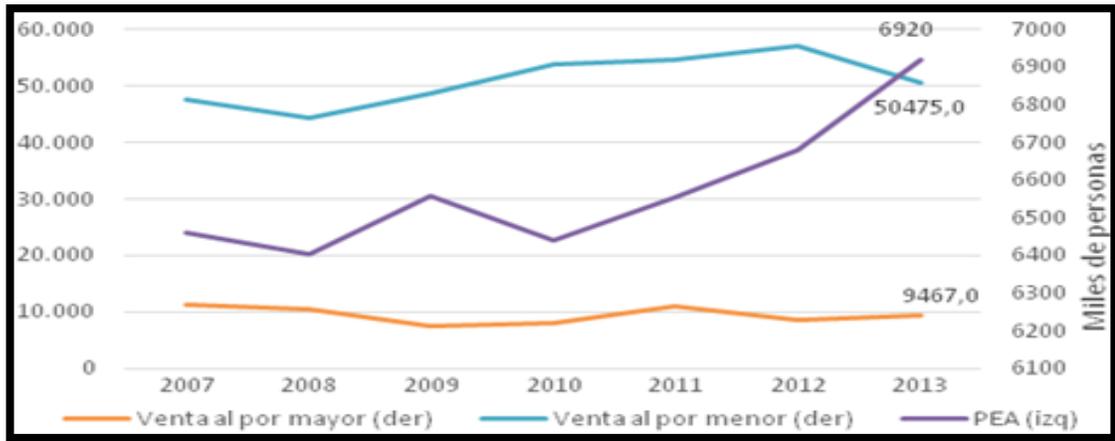


Ilustración 37: Empleo Sector Comercial relacionado con Ferreterías.

Fuente: INEC – ENEMDUR - UIEM

Otro indicador macroeconómico por considerar es la inflación, debido a que en la medición de indicadores inflacionarios la actividad ferretera no se registra directamente, se muestra los índices de los precios del consumidor del sector de la construcción.



Ilustración 38: Índice de precios de la construcción.

Fuente: Banco Central del Ecuador

Las variaciones anuales de estos indicadores refleja una tendencia oscilante, aunque decreciente, en donde los picos se encuentran en los años 2004, 2008 y 2011. En los tres últimos años se ubico por debajo de la inflación la cual cerró con 3,67% en el 2014.

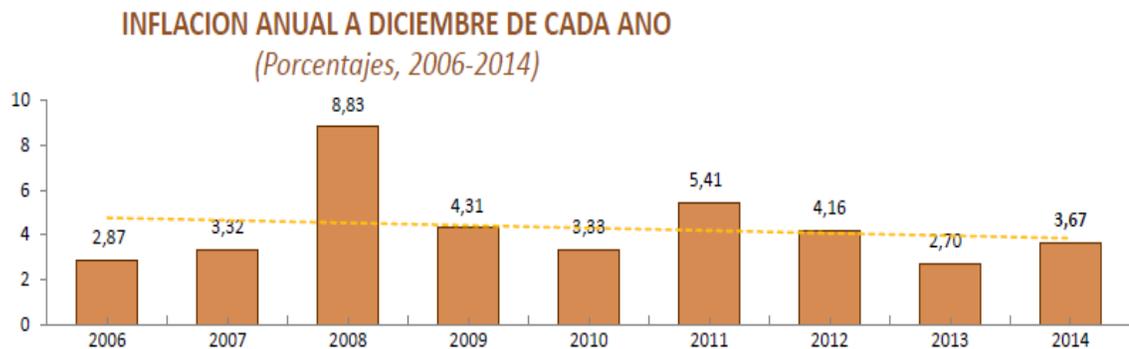


Ilustración 39: *Inflación anual del Ecuador.*

Fuente: Banco Central del Ecuador

El Ecuador en contraste con el resto de América Latina, mantiene una inflación por debajo del promedio como se observa en la Ilustración 40, se especula que a finales del 2015, se eleve debido a las políticas proteccionistas en la aplicación de salvaguardias, mismas que estas directamente ligadas a los productos del sector ferretero que en su mayoría son importados.



Ilustración 40: *Inflación Internacional América.*
Fuente: Banco Central del Ecuador

Factores sociales

El cantón de Esmeraldas, ubicado en la zona noroccidental del país, representa el 8,5% del territorio de la provincia de Esmeraldas y se divide en parroquias rurales y urbanas, donde en la primera encontramos a Tabiazo, Tachina, Vuelta Larga. Camarones, Chinca, Carlos Concha, Majua y San Mateo, las parroquias urbanas están comprendidas por 5 de Agosto, Bartolomé Ruiz, Luis Tello, Simón Plata y Esmeraldas, siendo esta última la cabecera cantonal donde se concentra la mayor parte de la población total. En base al último censo de población y vivienda del 2010, es la undécima ciudad más poblada del país con 189 504 habitantes, repartidos en un 81,3% en la zona urbana y un 18,7% en la rural.

Según sus culturas y costumbres con el 44,7% y 43,9% la población se identifica principalmente como mestizos y afro-ecuatorianos respectivamente (INEC, 2010).

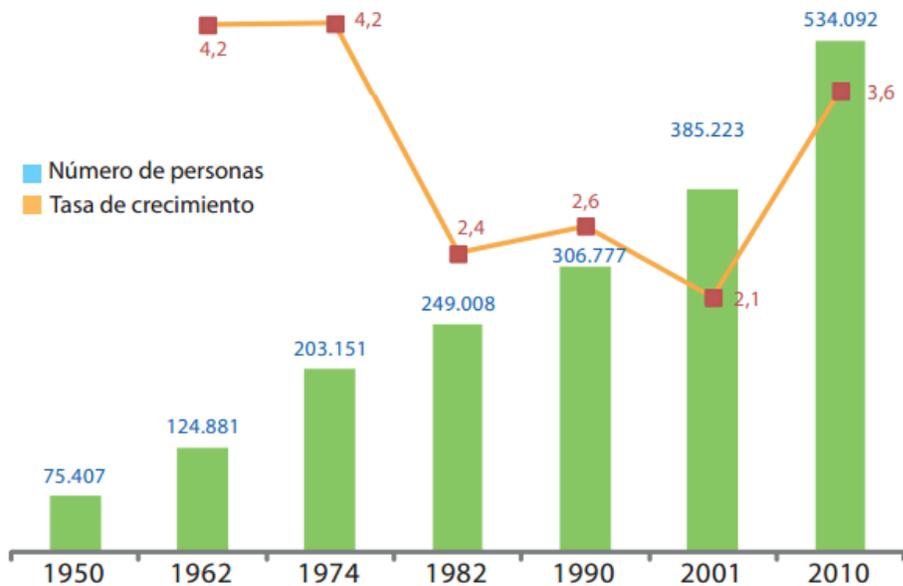


Ilustración 41: Crecimiento poblacional de la Provincia de Esmeraldas

Fuente: INEC (2010)

A nivel provincial la población se divide entre el 50,8% hombres y el 49,2% mujeres, entre los cuales la Población Económicamente Activa (PEA), y en edad de trabajar (se calcula para las personas de 10 años de edad en adelante), se distribuye para los hombres en un 66,54% con una ocupación y el 33,46% desempleado, mientras que los porcentajes de mujeres económicamente activa es del 34,26% y económicamente inactiva 65,74%, evidenciando un gran contraste en la ocupación por género.



Ilustración 42: *Población ocupada por rama y actividad*
Fuente: INEC (2010)

Se puede evidenciar que el sector del comercio representa la mayor actividad económica realizada por los ciudadanos por medio de la venta de artículos al por mayor y menor, segmento al que pertenece la ferretería en estudio. El índice de ocupación es del 25,6% quienes trabajan por cuenta propia y del 19,7% figuran como empleados privados en los resultados del INEC.

En cuanto a las características de la educación en el 2010, el sistema de educación vigente reflejo una tasa de asistencia neta del 69,7% para edades de 15-17años y del 90,7% para 4-14 años. El analfabetismo de la provincia medido a raíz de personas a partir de los 15 años que no saben leer ni escribir cayó del 11,6% en el 2001 al 9,8% en el 2010.

Acerca de las tecnologías de la información y comunicación empleadas por los esmeraldeños el 56,1% de la población han utilizado la telefonía móvil en el 2010, el 27,4% han utilizado un computador y el 22,8% tienen acceso a internet con base a lo expuesto por el INEC. Los establecimientos que utilizan el internet en el desarrollo de sus actividades es del 2,4% en comparación con el resto de provincias (INEC, 2012).

En las características de vivienda los resultados del censo reflejan que el 70,3% son casas o villas, 14,1% ranchos y el 6,1% son departamentos. El 49,3% de los hogares son propios y totalmente pagados y el 16,4% son arrendados. El 62,4% tienen acceso a los servicios básicos públicos, entre ellos el agua, la cual es hervida en el 70,4% de los hogares y como principal método de cocina el 92,3% emplean el gas y el 5,7% la leña y carbón. El promedio de focos ahorradores por vivienda es de 3,9.

Estos últimos datos son de gran relevancia para Suministros y Materiales Navales, debido a que gracias a ellos puede conocer las tendencias de consumo de los ciudadanos, por ser proveedor de productos accesorios para el mantenimiento del hogar.

Apenas los últimos años en la ciudad de Esmeraldas se ha llevado a cabo grandes proyectos de inmobiliarios a las afueras de la ciudad, por medio de la construcción de urbanizaciones. Sumando a esto la tendencia de crecimiento se está dando hacia el sur de la ciudad, apartándose de la zona céntrica de la misma, lo que implica en gran parte un desplazamiento del comercio hacia estos sectores, que se han convertido en un nuevo mercado el

cual necesita ser atendido. Debido a la ubicación geográfica y la poca concentración de viviendas, no era muy común la presencia de negocios dispuestos a desarrollar sus actividades en estas zonas, sin embargo esto ha cambiado por lo que es imperioso para la empresa en estudio estar presente y participar por medio de la expansión de sus actividades hasta estas áreas.



Ilustración 43: *Crecimiento Demográfico del Cantón Esmeraldas*
Fuente: Google Maps **Elaboración:** Autor

La gráfica delimita las zonas pobladas en rojo, se puede notar la tendencia de crecimiento hacia el sur de la ciudad, con dirección hacia los balnearios de la provincia siguiendo la vía Atacames, única vía de comunicación hacia estos sitios. La ciudad ha venido creciendo en las últimas dos décadas en función a las grandes industrias, las cuales están ubicadas en zonas que antes eran deshabitadas, tal es el caso de la Refinería Estatal de Esmeraldas, entre otras. Tal y como fue el caso del Puerto de la ciudad que en sus inicios influyo en el movimiento demográfico. Ubicados aproximadamente a 10km de distancia a unos 20 minutos del centro de la ciudad, encontramos los proyectos

inmobiliarios marcados en el círculo azul, convirtiéndose en un mercado objetivo que brinda la oportunidad de ofrecer los productos ya sean en la materia de la construcción y sus derivados, como los artículos y accesorios de mantenimiento para el hogar.



Ilustración 44: Afiche *Urbanización Tecnipetrol*.
Fuente: Tecnipetrol

Vale recalcar que desde el año 2010 finalizó la construcción del puente sobre el río Esmeraldas, que conecta la ciudad con Tachina, donde se localizan el Aeropuerto y los balnearios al norte del perfil continental de la provincia. Esta obra no solo agilizó el tráfico vehicular permitiendo llegar al aeropuerto en menos de 10 minutos, siendo antes 30 minutos el tiempo estimado, sino que también impulso el comercio en este sector y despertó el interés de los ciudadanos en adquirir lotes o terrenos, salvo que en una menor escala que contrasta significativamente con los proyectos inmobiliarios ya antes mencionados. Consecuentemente no deja de ser un mercado atractivo de consideración para futuros proyectos.

Factores Tecnológicos

En el plan del cambio de la matriz productiva se pretende la transformación de la actual economía finita a una de infinitos recursos, basada en el conocimiento y talento humano por encima de los bienes materiales (Zák, 2014). Por lo que el actual gobierno ha destinado la mayor inversión de la región y en gran parte del mundo en educación con un valor del 2% del producto interno bruto.

Tabla 18: Inversión en educación y tecnología del PIB

Alemania	Canadá	Estados Unidos	Bélgica y Francia	Noruega	Australia y Holanda	Reino Unido	Suiza
0,70%	0,90%	0,90%	1%	1,20%	1,30%	1,40%	1,60%

Fuente: Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica

Elaboración: Autor

En conjunto con esta inversión y el cambio de la matriz productiva apunta a una mejora en la tecnología del país para convertirse en la más rápida de la región por medio de la implantación de 35000 kilómetros de fibra óptica, permitiendo tener una mayor conectividad al internet que a su vez implicaran un mejoramiento en los procesos de producción tanto de conocimiento, de trabajo y otros ámbitos. Estos cambios han impulsado a desarrolladores informáticos en la exportación de software como lo son las tecnologías de la información.

Comprometida con este cambio la empresa pública y escuela del conocimiento YACHAY, promueve el emprendimiento la tecnología e innovación, tanto en su campus como en el concurso anual Retos Yachay, la cual conmemora a los emprendedores dinámicos con el apoyo a través del financiamiento incluyéndolos en la incubadora de proyectos, contando con el apoyo de la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación. Hasta el momento se ha concretado avances en los campos de robótica, sustitución de fuentes de energía no renovables, tecnologías de la información, entre otros.

Ante la amplia oferta de tecnologías de la información, como lo son software para la administración, la empresa se podrá beneficiar adquiriendo e implementado un sistema informático que optimice sus operaciones y controle sus procesos, permitiendo hacer un seguimiento tanto de los productos como de los clientes, por medio de análisis de inventarios.

Factores Ambientales

Entre los objetivos del cambio de la Matriz Productiva en el Ecuador el actual Gobierno contempla un substancial pero factible cambio en la matriz energética por medio de la transición de una energía cara y contaminante, como lo son las centrales térmicas y el procesamiento de hidrocarburos, por una mucha más barata y limpia, como lo preverán las ocho hidroeléctricas en construcción y se estima su operación para el año 2016.

Lo que en cifras significaría una reducción de 11 millones de toneladas de CO₂ los cuales equivalen al 70% de emisión del parque automotor. Por medio de los ocho proyectos de hidroeléctricas conjunto con el uso de cocinas de inducción que suplanta el gas licuado de petróleo se reducirá 9 millones.

Por su parte Suministros Navales entre sus procesos implementa las tres R en cuidado del medio ambiente, las cuales son Reducción, Reutilización y Reciclaje. Las ferreterías tienden a acumular bastantes desechos y residuos de diferentes materiales provenientes de los productos que comercializan, entre ellos cartones y fierros, que son producto de la mercadería que circula en las instalaciones. Por ello el eficiente uso y control de desperdicios es una temática importante y de habitual práctica.

En el caso del material del cartón, todos los días son doblados y acumulados en la entrada principal de la bodega, en donde dependiendo de su estado son reutilizados para guardar y proteger otros productos, sino al final del día cuando se limpia esta zona se los procede a entregar a recicladores que recorren la ciudad antes de la recolección de desperdicios por parte del municipio. En el caso de metales se los procede a entregar a las recicladoras locales ubicadas fuera de la ciudad.

Así mismo, se recicla y se busca la reutilización de envases de plástico y vidrio que permiten la venta de productos solicitados por menores cantidades, en medidas como litros o galones por ejemplo, tal es el caso de diluyente y alcohol industrial, por ello se los guarda y ordena en la parte trasera del negocio

para que no impidan el normal funcionamiento u ocupen espacio físico necesario.

La reducción de desperdicios se traslada también en los procesos administrativos en la buena utilización del papel y tener orden de los materiales que se emplean. En toda la organización se mantiene la política de las tres R, siendo está solamente posible por medio de la constante limpieza y ordenamiento de cada área de trabajo.

Finalmente, contribuyendo con los clientes y la sociedad, se busca entregar productos de alta calidad los cuales no solo generan un beneficio a la empresa sino que garanticen una prolongada vida útil evitando así que sean desechados y generen más desperdicio por su anticipada obsolescencia, convirtiéndose en el beneficio más importante para el entorno. El buen uso de los mismos es otro factor que garantiza su óptimo rendimiento por ello es responsabilidad de cada vendedor explicar técnicamente su correcta operación.



Ilustración 45: Foco Ahorrador
Fuente: Suministros Navales Facebook Fanpage

4.1.3 LAS CINCO FUERZAS DE MICHAEL PORTER

En el ambiente externo más inmediato es en el cual toda empresa se desarrolla y sobrevive, siendo este imprescindible ante el desarrollo de estrategias y consiguiente la toma de decisiones. Para poder analizar la organización en este ámbito se hará uso del modelo mayormente conocido, las cinco fuerzas de Porter, elaborado por el profesor Michel Porter de la Harvard Business School. En donde tres de las cinco fuerzas se tratan de la categoría denominada Competidor, las cuales incluye la naturaleza de la rivalidad, nuevos competidores y sustitutos. Las siguientes dos fuerzas vinculan la empresa con sus clientes y proveedores. Estas cinco fuerzas influyen de manera significativa en las organizaciones que se desempeñan dentro del mismo mercado (Hitt, 2006).

Originalmente el diseño de este marco buscaba explicar porque algunas industrias eran más redituables que otras, así mismo el óptimo desarrollo de empresas dentro de la misma industria. El autor señala que el primer aspecto son los competidores y la naturaleza de la competencia entre ellos, por ello se deberá conocer qué tan grandes y fuertes son los competidos en relación con la empresa de estudio, en el caso de ser esta débil, propone desenvolverse en negocios nuevos y poco atractivos para la competencia.

El propósito es realizar la evaluación de los objetivos de la empresa y sus recursos frente a las cinco fuerzas, de esta forma identificar las habilidades estratégicas que permitan generar ventajas competitivas sostenibles en el largo plazo (Kotler, 2009).

4.1.3.1 Poder de negociación de los compradores o clientes

El segmento de mercado se puede considerar poco atractivo si el poder de negociación de los compradores es fuerte o creciente, las exigencias de estos giran en torno a la reducción de precios, alta calidad y eficiente servicio, consecuentemente puede significar disminución en los márgenes de utilidad. En este contexto los compradores afrontarán a sus proveedores a expensas de su rentabilidad. En este estudio se planteará estrategias que incrementen el desempeño y mejoren la oferta de la ferretería

El incremento del poder de negociación de los compradores se sitúa cuando el producto equivale a una fracción importante de los costos y cuando este no se encuentra diferenciado por lo que fácilmente es sustituido por el mismo o un costo más bajo.

Como medidas de protección los proveedores identificarán los compradores con menos poder de negociación y cambio de proveedor. Otro recurso mejor empleado yace en crear atractivas ofertas que no puedan ser rechazadas. Con base a esto el estudio delimitará y clasificará los productos de mayor rotación para hacer frente a esta temática con una estrategia de precios.

Las amenazas que pueden devenir por parte de los compradores responden a los siguientes factores:

- Sensibilidad en la demanda respecto al precio.

- Disponibilidad y conocimiento de información.
- Diferenciación del producto o exclusividad.
- Productos sustitutos.
- Variación y facilidad del cliente en cambiar de empresa.

4.1.3.2 Poder de negociación de los proveedores o vendedores

Cuando los proveedores tienen la facultad de elevar precios y disminuir la cantidad de abastecimiento este se vuelve un mercado poco atractivo, donde quienes tengan fuertes recursos y puedan imponer condiciones en cuanto a precio y tamaño de pedido, cuentan con mayor poder, fomentando su incremento cuando existen pocos sustitutos. De igual manera el elevado costo de cambiar de proveedor.

Entre los factores asociados a esta fuerza tenemos la percepción del nivel de diferenciación de los productos, la sustitución de estos y la calidad, siendo una apropiada defensa el desarrollar relaciones provechosas bilateralmente y encontrar múltiples fuentes de abastecimiento.

Para incrementar la ventaja competitiva la estrategia a aplicar en la ferretería conllevará la diferenciación de productos mediante un mejor servicio y apoyo técnico. La amplia gama de proveedores en todo el país, permite no solo analizar costos, también está involucrado el rápido abastecimiento ante una escasez.

4.1.3.3 Amenaza de nuevos entrantes

En esta sección se determina cuan atractivo es un mercado con base a las barreras de entrada y salida del mercado. Si un mercado tiene barreras altas de ingreso y las de salida son bajas, incrementa su poder, en donde las nuevas empresas no pueden ingresar en el mercado y las que su desempeño es poco satisfactorio pueden retirarse fácilmente. No obstante si las utilidades percibidas son altas, varias empresas optarán por mantenerse y luchar por sobrevivir significando un riesgo que repercutirá en las ganancias de todos.

Esta amenaza también se eleva ante la aparición de nuevas empresas con mayores recursos y capacidades que puedan absorber gran parte del mercado, como se ha dado en los últimos años con la presencia del comercial Kywi en el centro de la ciudad y las franquicias de Disensa ubicadas en toda la provincia, lo cual ha contractado el mercado, ya que cuentan con sofisticados modelos de negocio y alta disponibilidad de productos.

Como medida estratégica Suministros Navales opta por aplicar política de precios, otorgar créditos a clientes claves, incentivar el buen servicio, entre otras. Sin embargo, estas medidas carecen de la fundamentación administrativa apropiada por lo que se les otorgará el asesoramiento más adecuado.

La innovación y mejora en la tecnología, así como el acceso a los canales de distribución son factores vinculados a esta fuerza. Por lo que la ferretería optará en adquirir un sistema informático que potencie su competitividad, tanto en el desarrollo de sus actividades así como también

significando mayores aciertos en la toma de decisiones estratégicas para anticiparse ante las necesidades y exigencias del mercado, combatiendo así el ingreso de nuevos competidores por medio del posicionamiento en el mercado.



Ilustración 46: *Franquicia de Disensa en Esmeraldas*
Fuente: Página Web de Disensa

4.1.3.4 Amenaza de productos sustitutos

Con respecto a esta fuerza en el presente marco se determina un mercado como poco atractivo cuando existe la presencia de productos sustitutos, los cuales limitan tanto los precios como las utilidades que se pueden captar en este mercado. La ferretería para hacer frente a esta temática deberá evaluar sus precios en comparación a la tendencia de los mismos en el mercado, los cuales variaran dependiendo de la calidad y desarrollo tecnológico del producto. Actualmente para contrarrestar esta incidencia y en función a las preferencias de los compradores, Suministros y Materiales Navales, entre su inventario oferta varias opciones de un mismo producto, por lo que en este aspecto se buscará el mejoramiento en cuanto al abastecimiento.

Como estrategia, un control de los costos de productos y los proveedores que lo ofertan, permitirán contar con una extensa disponibilidad, mayor nivel de diferenciación, competencia de precios.

4.1.3.5 Rivalidad entre los competidores

El mercado se vuelve poco atractivo cuando las barreras de salida son altas y los competidores perciben altas ganancias en este segmento. Mayor aún se vuelve el riesgo si ya existen numerosos competidores, los cuales ya se encuentran posicionados, tal como es el caso del sector ferretero. Contando con la ventaja de que la empresa en estudio tiene con una transcendencia de más de 30 años en la ciudad de Esmeraldas siendo la cuarta ferretería más antigua, por lo que la preferencia hacia la misma le permite beneficiarse.

Esta fuerza refleja la rentabilidad y conglomerada las circunstancias anteriores, en donde la estrategia para poder mantenerse a implicado guerra de precios, promociones de servicios y productos, así también de una exhaustiva publicidad.

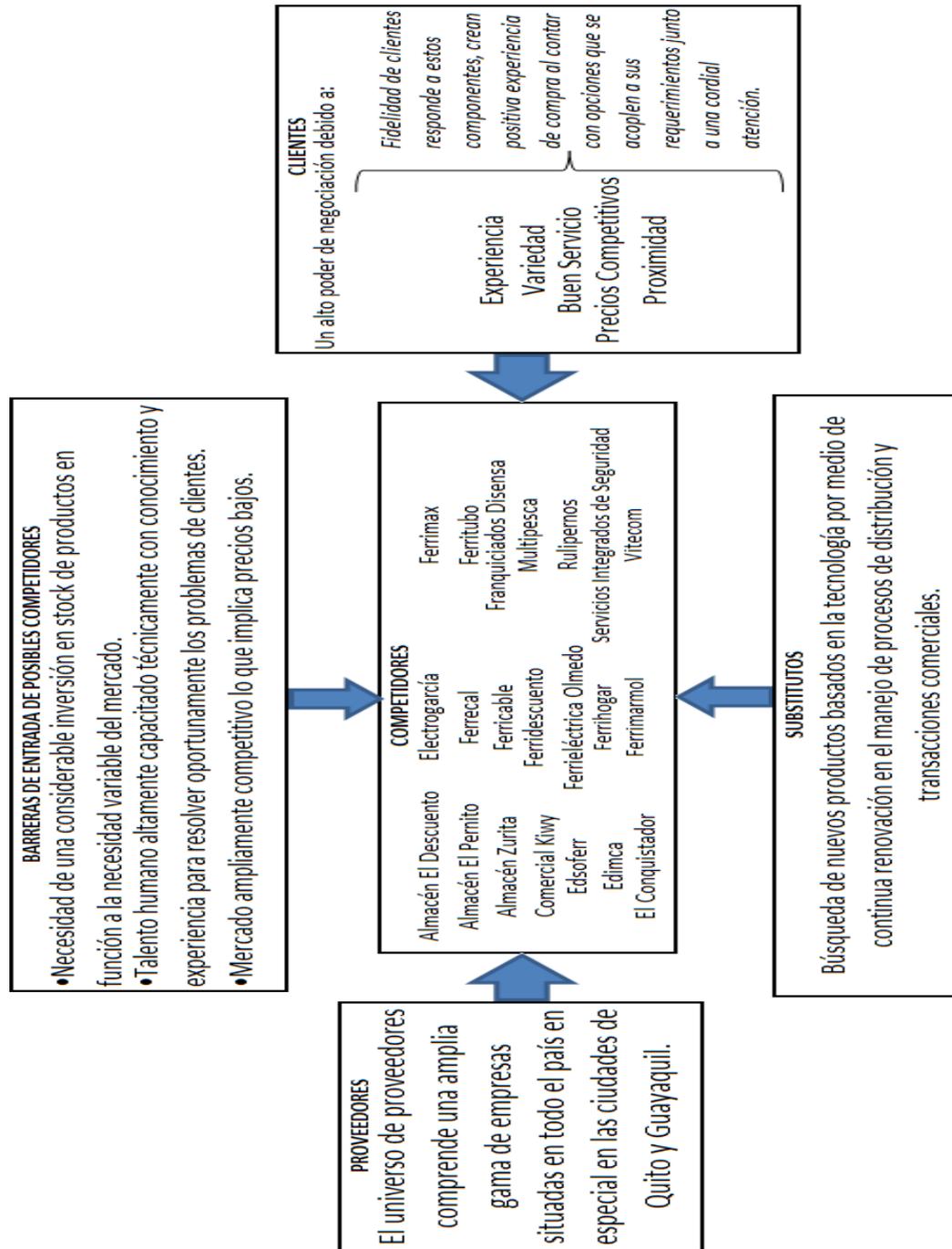


Ilustración 47: Cinco Fuerzas Michael Porter
Fuente: Porter (2006) **Elaboración:** Autor

4.1.4 MATRIZ FODA

ANÁLISIS INTERNO

Tabla 19: Análisis Interno de Fortalezas y Debilidades.

	FORTALEZAS		DEBILIDADES
F1	Empresa familiar posee propiedad de sus instalaciones y bodegas.	D1	Espacio físico desaprovechado para el almacenaje y comercialización de productos
F2	Trayectoria y experiencia en el mercado esmeraldeño, empresa posicionada en el mercado y en la mente del consumidor.	D2	Carencia de un plan estratégico.
F3	Ubicación estratégica en avenida principal (José Joaquín de Olmedo), alta concentración de personas, tráfico vehicular y sector comercial.	D3	No cuenta con un área de parqueadero, carga y descarga de productos.
F4	Compromiso con el desarrollo y capital del negocio, experiencia y conocimiento técnico entre los miembros que lo conforman.	D4	Carencia de políticas de inventario y manual de procesos.
F5	La cordial y personalizada atención al cliente reforzada con asesoramiento.	D5	Comercialización de productos conlleva prolongado proceso entre confirmación y entrega del producto con su factura, esta se realiza de manera manual.
F6	Precios competitivos en función al extenso conocimiento del mercado y la competencia.	D6	Lenta respuesta ante las variaciones de la demanda
F7	Variedad en los productos que se ofrecen al público.	D7	Abastecimiento empírico y carencia de control de las existencias en el inventario.
F8	Autorización de distribución bajo marca de productos.	D8	Falta de control de procesos
F9	Diversa y Amplia cartera de clientes en función a su naturaleza y fidelidad de los mismos.	D9	Carece de un control de proveedores y clientes
F10	Historial crediticio positivo en Bancos y Proveedores	D10	Carece de sistema contable, herramienta para conocer su situación financiera

ANÁLISIS EXTERNO

Tabla 20: *Análisis Externo de Oportunidades y Amenazas.*

	OPORTUNIDADES		AMENAZAS
O1	Innovadora oferta de racks de bodega y estantes y nuevos módulos de control de abastecimiento.	A1	Políticas gubernamentales en el código de trabajo con desventajas al empleador.
O2	Contrataciones públicas como proveedor del estado.	A2	Presencia de empresas ferreteras mayoristas.
O3	Nuevos o desatendidos nichos de mercado.	A3	Ordenanzas municipales que afecten al funcionamiento de negocios.
O4	Incrementos en el sector de la construcción por proyectos inmobiliarios. Crecimiento de la ciudad hacia la zona Sur.	A4	Políticas económicas del país.
O5	Desarrollos tecnológicos en Softwares y sistemas de gestión para ferreterías.	A5	Innovación en los procesos de la competencia.
O6	Capacitaciones gratis emitidas por la Cámara de Comercio de Esmeraldas y pagadas por entidades privadas.	A6	Incremento y entrada de nuevos competidores en el mercado local.
O7	Proyecto de Reingeniería de las industrias por el cambio de matriz productiva.	A7	Reducción del margen de ganancia ante precios competitivos.
O8	Incremento de Industrias y fábricas en la ciudad de Esmeraldas.	A8	Mayor capacidad de comercio en los competidores
O9	Diversificación de proveedores a nivel nacional.	A9	Reducción de las importaciones de los proveedores.
O10	Desarrollo de pequeñas empresas por apalancamientos de entidades financieras privadas y públicas.	A10	Alza en los costos de adquisición de productos ferreteros importados como las salvaguardias.

4.1.5 ESTRATEGIAS FO – FA – DO – DA

FORTALEZAS - OPORTUNIDADES	
F1-O1	Existen varias empresas que asesoran e implementan servicio de bodegaje por medio de racks, por lo que la empresa puede diseñar e innovar su propia bodega para el óptimo almacenamiento de sus productos.
F2-O2	El estado por medio del SERCOP y la plataforma web Yachay, invita a las empresas a ser proveedores de empresas del estado, donde existe preferencia por las empresas con menor tamaño para la justa participación, para lo que la empresa por su situación y experiencia en el mercado está habilitado para participar en las contrataciones del estado. Positivamente se complementa con F7 Y F8.
F3-O3	Nichos que requieren atención a su demanda, pueden motivar a la ferretería de trasladar sus actividades a sucursales en estos lugares gracias al apoyo y alcance que cuenta con el local matriz que estratégicamente se encuentra en el área centro de la ciudad por lo que ya sería conocida.
F4-O4	Conjunto a la estrategia anterior, el auge inmobiliario y desplazamiento demográfico se puede aprovechar mediante el óptimo desenvolvimiento de los miembros del negocio, que pueden tomar responsabilidades y aplicar sus vastos conocimientos en estos nuevos mercados.
F5-O5	Los procesos de comercialización y atención al cliente, al igual que el desarrollo de actividades y procesos en áreas en general, se puede repotenciar, innovar y optimizar gracias al apoyo de nuevas tecnologías de la información, creando ventaja competitiva y mejorando el servicio entregado para satisfacción del cliente. De igual manera F7 y F9 se beneficiarán sustancialmente por el eficiente manejo, análisis, control y seguimiento de producto, cliente y proveedores.
F6-O6	Incluyendo F4 Y F5, con el conocimiento de mercado que poseen los miembros, se puede mejorar significativamente gracias a la constante capacitación que incrementa el valor del capital humano, entrenándolos para un eficiente desarrollo de actividades.

F7-O7	Proyectos en la ciudad de Esmeraldas como lo son la reingeniería de la Refinería y la construcción del edificio de FLOPEC, entre otros, gracias a la variedad de los productos que se comercializa, se puede suplir en distintas áreas y propósitos que tenga la demanda. Complementándose con la F6 F7, y F8.
F8-O8	El sector industrial, requiere de una oferta más especializada técnicamente que cumpla normas y exigencias, factor que la empresa cumple gracias a la distribución de productos de calidad y renombre junto con la F6 y F8, cuenta con la titularidad de comercializar equipos de protección personal conjunto al asesoramiento técnico autorizado como valor agregado, gracias a proveedores que confían en modelo de negocio de la ferretería gracias a su trayectoria (F2) y buen historial transaccional (F10).
F9-O9	El sector ferretero abarca amplios participantes en su desarrollo, por lo que la empresa cuenta en todo el país con diversos proveedores que le permite contar con diversos costos, variedad de productos, desarrollo de marcas y garantía, por lo que ante situaciones como desabastecimiento puede encontrar soporte en su requerimiento.
F1-O10	La empresa puede proyectarse y crecer gracias al apalancamiento de las entidades financiera, de igual manera el Gobierno está impulsando al pequeño comerciante, por lo que gracias a su historial crediticio positivo, puede aplicar para préstamos económicos que solventarían el desarrollo de todas las fortalezas del negocio. Así también el endeudamiento en la adquisición de productos es posible gracias a los plazos de pago que brindan sus proveedores. Junto con F1 la empresa no incurre en costos de alquiler por lo que puede invertir en la tecnología.

FORTALEZAS - AMENAZAS

F4-A1	La filosofía de pertenencia y compromiso entre los miembros del negocio tanto familiares como colaboradores, permiten las positivas relaciones laborales que ayudan al crecimiento y óptimo desarrollo del negocio.
F2-A2	La trayectoria de la ferretería y presencia del nombre en la mente de los consumidores, conjunto a la F9, han permitido la fidelidad de un grupo importante de clientes, de igual manera los convenios de aprovisionamiento a empresas, permitirán seguir captando demanda que mantendrá la actividad económica redituable. Para asegurar esto las políticas de comercialización expresadas en las otras fortalezas harán efectivo el contrarrestar la amenaza de nuevas empresas mayoristas. También será necesaria la especialización en ciertos productos para suplir otro tipo de demanda que complemente la venta y se perciba un valor agregado.
F3-A3	Las nuevas ordenanzas municipales pueden restringir el funcionamiento de la empresa, por medio de nuevas tasas impositivas, sin embargo la ubicación estratégica del negocio en un área altamente comercial solo le conllevara adaptarse a las mismas.
F10-A4	Ante cualquier variación de las políticas económicas por parte del gobierno, de ser necesario la ferretería cuenta con apalancamiento de entidades financieras y la flexibilidad en las cuentas por pagar a sus proveedores.
F5-A5	Siendo la innovación una cualidad indispensable en los modelos de negocios actuales, muchas veces tornándose formal, no está por encima del modo de entrega del producto en donde buena atención al cliente, calidez y trato personalizado, son factores determinantes en la adquisición de productos y selección por parte de los consumidores.
F6-A6	Junto con F2, los precios competitivos y la experiencia del mercado esmeraldeño hace de la ferretería Suministros Navales un feroz competidor que podrá optar por medidas flexibles en cuanto a su oferta con el fin de ser preferida por los clientes. Contrarrestan así la entrada de empresas en proceso de incubación.
F7-A7	Ante la entrada de nuevos competidos, el mercado a suplir se segmenta, reduciendo notablemente las ganancias que las empresas perciben, ante esto la amplia oferta de la ferretería contrarresta esta amenaza por medio de la especialización en productos que la competencia no disponga o sea débil su comercialización, apoyándose así en el crecimiento económico de los productos estrellas y su incremento en el inventario.

F8-A8	Cada vez existen mayor competencia con oferta de productos similares, agregado a esto la alta capacidad de abarcar un mayor número de artículos, para lo que la empresa en estudio cuenta con la autoridad de comercial productos bajo la marca que otras empresas se les imposibilita, agregando la F4, la experticia en cuanto a productos y su adecuado uso, elevan la ventaja competitiva de Suministros Navales.
F9-A9	Recientemente las políticas gubernamentales en función de incentivar la importación y disminución de las importaciones han afectado ampliamente a sectores ligados a productos extranjeros, entre estos el ferretero por lo que la mayoría de proveedores se encuentra desabastecidos. La fortaleza de contar con diversos proveedores a nivel nacional permitirá contrarrestar el desabastecimiento buscando nuevas opciones de proveerse.
F10-A10	La apreciación del dólar, el aumento de la inflación y costos, son factores que encarecen el producto para los consumidores finales, si la empresa desea subsistir deberá optar por reducir sus ganancias de productos estrellas y ganar por volumen, y de ser el caso de necesitar liquidez para abastecerse, es apta para realizar apalancamientos financieros.

DEBILIDADES - OPORTUNIDADES	
D1-O1	La optimización del espacio físico de la bodega y el área de ventas se pueden aprovechar gracias a la aplicación de racks y estantes para la correcta distribución de productos permitiendo maximizar su control y exhibición al público.
D2-O2	La ausencia de un plan estratégico por el desconocimiento teórico experimental de la administración se puede solucionar por medio de la capacitación para los miembros de la empresa incluyendo la gerencia, permitirán desarrollar el conocimiento como un importante activo intangible que se puede explotar en el uso de herramientas administrativas.
D3-O3	La oportunidad de crecimiento o expansión del negocio por medio de sucursales especializadas, permitirá alcanzar nuevos mercados, así como también reinventar el negocio, implementado mejor infraestructura que beneficie tanto a la propietaria como sus clientes, con disponibilidad de parqueaderos, nuevo diseño del punto de venta, y ubicación estratégica que permita mejor accesibilidad. Los proyectos inmobiliarios como se expresa en O4 delimitan donde la ferretería debería hacerse presente y participar en el auge inmobiliario al construir su nuevo establecimiento. Este proyecto de emprendimiento se puede ejecutar gracias a los incentivos del estado O10 ofrece a los pequeños negocios.
D3-O4	
D4-D5-D6-D7-D8-D10-O5	La automatización del negocio gracias al desarrollo e innovación de nuevas tecnologías de la información, permitirán a la empresa llevar un óptimo proceso y control de sus actividades en todas las áreas, maximización de recursos volviéndola eficiente, ganando una ventaja competitiva al volverse más dinámica y ágil. Al contar con la apropiada información del mercado y el uso de herramientas informáticas de análisis le permitirán anticiparse ante cambios inadvertidos del mercado. Las facturas electrónicas y codificación de productos ayudarán a no desabastecerse o sobredimensionar el inventario, permitiendo atender oportunamente al cliente.
D9-O9	Los proveedores permiten contar de manera oportuna con los productos indispensables para que la actividad económica se desarrolle normalmente, por ello contar con varias opciones a nivel nacional permiten contrarrestar pedidos de último momento y poder contar con mejores costos y promociones, el debido control mediante una base de datos histórica de transacciones con los proveedores, se complementará con la O5.

DEBILIDADES - AMENAZAS

D2-A1- A3-A4- A9-A10	La carencia del plan estratégico afecta en la respuesta del negocio ante cambios gubernamentales, políticas económicas, y el entorno globalizado de las empresas. La empresa no puede estar correctamente preparada y anticiparse en la toma de decisiones adecuadas y estrategias, sufriendo la consecuencia de sucumbir ante la incertidumbre. Es por ello que la puesta en marcha de estrategias es una medida correctiva que la empresa imperiosamente debe aplicar lo antes posible.
D9-A2	Grandes cadenas ferreteras con volúmenes superiores de inventarios y un mejor manejo crean una gran brecha en cuanto al nivel de servicio directo que se entrega al cliente, por ello el control y seguimiento postventa es complementario a la buena atención sin que se pueda omitir. La especialización y conocimiento técnico de los productos siempre será un valor agregado en el momento de la venta,
D5-D6-A5	El deterioro del servicio se ve afectado si el tiempo que conlleva cada transacción de compra y venta es poco eficiente, en donde la innovación en la competencia captará los clientes que no sean propiamente atendidos. Se deberá aplicar benchmarking de los mejores competidores y acoplar sus estrategias de innovación.
D8-A6-A7	Nuevos competidores que posean nuevas tecnologías con un fresco modelo de negocio puede causar reducción en las ganancias por lo cual es necesario innovar
D7-A8	Las ferreterías en su mayoría sigue un modelo tradicional, empírico, comprometiendo sus procesos, restando competitividad ante empresas con mayor capacidad. El aumento de la ventaja competitiva en base a la diversificación del producto que genere un valor agregado permitirá justificar aumento en precios, siendo el componente extra el asesoramiento técnico y distinción de servicio que no permita sucumbir ante empresas con mayor capacidad.

CAPÍTULO V

5.1 PROPUESTA

En esta sección se concreta la incorporación de la administración estratégica, que la empresa en estudio deberá aplicar para poder aumentar su competitividad e incrementar su participación en el mercado. Es evidente que la carencia de estrategias de comercialización incide en el crecimiento del negocio, sin embargo los gerentes o propietarios de las ferreterías que han hecho uso de herramientas de gestión, no lo han realizado de manera técnica, sólo empíricamente en función del conocimiento generado por la experiencia adquirida.

Por ello seguiremos un modelo estructurado para la administración estratégica del libro Administración estratégica: Un enfoque integrado, de Charles Hill y Gareth Jones (1996). En el cual se expone los cinco componentes de la planeación en el proceso de la administración estratégica.

1. Misión y metas.
2. Análisis Externo.
3. Análisis Interno.
4. Selección de estrategias.
5. Implementación de la estrategia.

La planeación es un componente importante al momento de plantear una estrategia en el área de la administración. Por lo que en el primer componente de la administración estratégica es la determinación de las metas y objetivos básicos a largo plazo de la empresa. Integrandó políticas y cadenas de acciones que permitan distribuir los recursos en la debida forma (Hill & Jones, 1996).

Es importante señalar, que las estrategias se pueden crear y proceder del interior de las empresas sin ser necesariamente parte de un plan formal, como respuestas emergentes a circunstancias no previstas. Siendo estas las medidas que en realidad se ponen en marcha, resultando con mayor frecuencia exitosas y más apropiadas que una estrategia intentada.

Como primer componente en el proceso de la planificación estratégica, tenemos la selección de la misión, objetivos y las principales metas corporativas.

MISIÓN

La exposición de la misión corporativa es el primer indicador clave de cómo una empresa visualiza las exigencias de sus grupos de interés. Proporciona el enfoque y dirección estratégica, definiendo el negocio y estableciendo el contexto organizacional en el cual se realizarán las decisiones estratégicas.

Derek F. Abell (1980), sugiere tres enfoques a considerar: ¿A quién se satisface?, ¿Qué se satisface? ¿Cómo se satisface?

“Servir, Asesorar y Contribuir con la comunidad proveyéndole con productos de calidad y un gentil servicio, esperando aportar en el desarrollo de nuestros queridos clientes y su entorno”.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

En el presente trabajo de titulación se concentro principalmente en el análisis de las ventas en función al índice de rotación de inventario, complementándose con el servicio de atención al cliente y tecnologías de la información, para poder de esta manera ejecutar la administración estratégica enfocada a la comercialización de los productos ferreteros. Para el cumplimiento del cometido se ha delimitado los siguientes objetivos.

- Mejorar el servicio de atención al cliente.
- Determinar los productos de mayor rotación.
- Diseñar adecuadamente la bodega
- Posicionarse en el mercado.
- Instalar un apropiado software.
- Incrementar las ventas

METAS ESTRATÉGICAS

Basándose en el estudio realizado se determinaron las siguientes metas estratégicas alcanzables.

- Reducir el inventario obsoleto en un 13%
- Incrementar la cuota por venta en un 25%
- Mejorar la atención al cliente en un 50%
- Diversificar los productos y ampliar el mercado
- Aumentar la productividad en un 50% con la implantación de un software

5.2 FORMULACIÓN DE LA PROPUESTA

Con base a lo expuesto en el Capítulo IV, los dos siguientes componentes del proceso de planeación para la administración estratégica, son el análisis del ambiente competitivo externo de la empresa para identificar las oportunidades y amenazas, así como también el análisis del ambiente operativo interno de la organización para identificar las fortalezas y debilidades de la misma. Estos componentes han permitido examinar los factores externos, que afectan directamente a la ventaja competitiva de la ferretería, en igual manera identificar los recursos, capacidades y habilidades distintivas, en la formación y sostenimiento de esta ventaja.

El cuarto componente es la selección de estrategias fundamentadas en las fortalezas de la empresa y que corrijan sus debilidades con el propósito de explotar y tomar ventaja de oportunidades y contrarrestar las amenazas externas. La comparación de estos factores se realizó mediante el análisis FODA.

5.2.1 PROPUESTAS RESPECTO AL INVENTARIO

Para la realización de esta propuesta fue necesario inventariar físicamente los productos con los que cuenta la ferretería Suministros y Materiales Navales, debido a que no se lleva un registro de ingreso y salida de la mercadería, solamente el control económico mediante las facturas por pagar a sus proveedores, consecuentemente existe una carencia en el seguimiento de productos vendidos y análisis de los clientes que mayormente los demandan. El conocimiento de esta información es sumamente importante para el diseño de sistemas de control y la toma de decisiones, tal es el caso que la gerente podrá tomar acciones estratégicas en base a su rotación de inventario.

Una vez completada la matriz del inventario y la participación mensual que tiene cada producto en las ventas del año 2014, se procedió a categorizarlos en cuatro grupos, en función a la frecuencia mensual de todos los ítems de la siguiente manera.

Tabla 21: Análisis y Clasificación del Inventario.

<u>NIVELES</u>	#ítems	%(q)	#Artículos	%(u)	\$Costo	%(\$)
GRUPO A	300	44%	58.848	84%	\$ 128.208,60	58%
GRUPO B	97	14%	7.775	11%	\$ 32.539,08	15%
GRUPO C	167	25%	2.505	4%	\$ 42.617,68	19%
GRUPO D	112	17%	590	1%	\$ 19.079,68	9%
TOTALES	676	100%	69.718	100%	\$ 222.445,04	100%

Fuente: Suministros y Materiales Navales

Elaboración: Autor

Como podemos observar en la tabla 21, cada nivel o grupo está categorizado con base a su frecuencia de venta mensual, siendo así cada grupo se distribuye de la siguiente manera:

Frecuencia

- Grupo A: De 10 hasta 12 meses
- Grupo B: De 7 hasta 9 meses
- Grupo C: De 4 hasta 5 meses
- Grupo D: De 0 hasta 3 meses



Ilustración 48: Valor Monetario de Inventario

Fuente y Elaboración: Autor

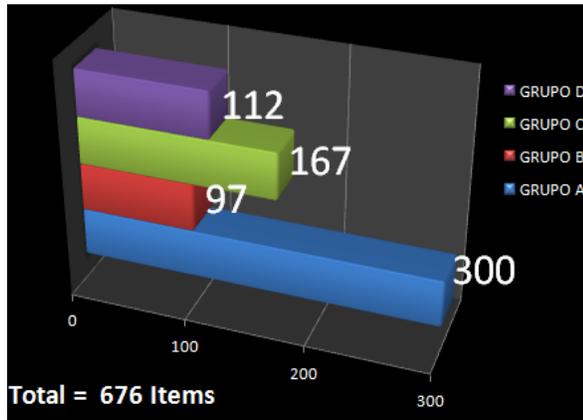


Ilustración 49: Distribución de Inventario por Ítems
Fuente y Elaboración: Autor

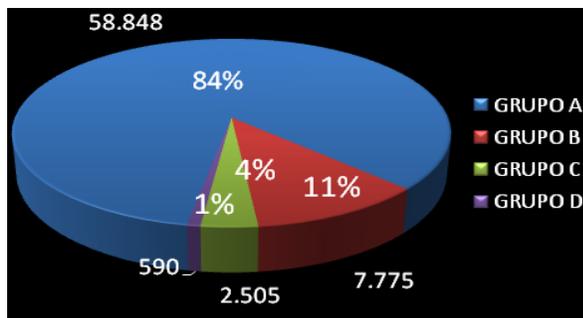


Ilustración 50: Cantidad de Unidades Vendidas
Fuente y Elaboración: Autor

En Grupo A está compuesto por 300 ítems de alta rotación, que representa el 44% de productos ofertados y a su vez la cantidad de artículos demandados concentran el 84% de existencias en el inventario. Por otro lado representan el 58% en cuanto al costo.

En contraste tenemos al grupo D, el cual está constituido por los artículos de más baja incluso nula rotación. Abarca 112 productos que representan el

17% de la oferta, sin embargo constituyen el 1% de las cantidades vendidas en el año 2014, generando un costo de venta de \$ 19 079, 68 dólares invertidos que se interpreta como los productos de más baja rotación que figuran en el inventario.

Tabla 22: Índice de Rotación del Inventario 2014

ROTACIÓN DE INVENTARIO	1,57	>>	Rotación Inventario Objetivo		Eliminar Inventario en
COGS/AAVI			1,81		13% (Grupo D)
<i>Costo Producto Vendido/ Valor Agregado Promedio Inventario</i>					
Rotación Inventario Inicial	1,63	>>	Optimista	1,90	14%
Rotación Inventario Final	1,51		Pesimista	1,73	13%

Elaboración: Autor

Aplicando la fórmula de índice de rotación de inventario, expuesta en el marco teórico, se puede apreciar que las actividades de comercialización de productos en la ferretería son positivas reflejado en el óptimo índice del 1,57 en todos sus costos de ventas sobre su promedio de inventario del 2014. En una prueba ácida se aplicó la fórmula al inventario final que representa un mayor volumen, salvo esto el índice disminuyó solamente 6 puntos porcentuales, demostrando que el negocio se mantiene muy redituable con un sano inventario, económicamente hablando.

La propuesta y objetivo estratégico en función a los resultados obtenidos, es de aumentar el índice de rotación a 1,81. Para alcanzar exitosamente esta meta, se deben ejecutar medidas sobre los productos dependiendo de su categoría.

Tabla 23: Máximos y Mínimos

MAX	MIN	Artículo Max	Artículo Min	Política Precios
\$ 7.560,00	\$ 12,08	Vinil para piso en rollo	Grapas para cable plastica 3/8	20% Top 25- 25% Grupo A
\$ 1.680,00	\$ 16,64	Plástico transparente para mesa 0,15 mm. rol	Disco de lija 100	30%
\$ 5.000,00	\$ 5,60	Sacos de waype quintal	Llave boca y corona 10	35%
\$ 2.400,00	\$ -	Rollos plastico natural 5micras 1.5mt	Tupi perless	35% - Realizar Ofertas

Elaboración: Autor

Políticas de Precio

Grupo A.- Debido a que en esta categoría contamos con los productos de mayor rotación, y que contribuyen al crecimiento económico del negocio, se recomienda filtrar de acuerdo a máximos y mínimos, denominando productos estrella a los 25 productos más rentables, incrementando su adquisición y reduciendo el margen de ganancia al 20%, para generar ventaja competitiva y apreciar réditos por volumen de ventas. Para el resto del grupo se sugiere un margen de ganancia del 25%, los cuales deben captar la mayor inversión, en donde se percibe una alta participación en el mercado y crecimiento u oportunidades de comercialización.

Grupo B.- Los productos de esta categoría, son los productos que dan liquidez y tienen una alta participación mensual en el mercado competitivo pero con escaso crecimiento como se evidencia con el 11% del total de artículos vendidos. En esta sección se recomienda diversificación ofreciendo múltiples marcas a los consumidores, para lograr tener una mayor aceptación conllevando a incrementar su participación, 19% de los productos ofertados se encuentran en esta categoría. También se plantea considerar un margen de ganancia del 30% debido a su baja rotación y participación.

Grupo C.- Con una delgada similitud al grupo anterior, si consideramos la fluctuante demanda del sector ferretero, la mercadería situada en este grupo, representan una amplia porción en los productos ofertados al público con un 25%, cuentan con una alta competencia, crecimiento y oportunidades en el mercado concentrando el 19% del capital invertido. Sin embargo su rotación es muy inferior siendo tan solo 2505 la cantidad de artículos vendidos en el último año. La gerente deberá decidir si aplica una estrategia intensiva de penetración en el mercado mediante publicidad y exhibición para que los clientes los noten y se motiven a adquirirlo, o reduce la adquisición de este grupo reinvertiendo el capital en productos de mayor rotación. Se recomienda también mantener un margen de ganancia del 35% debido a su baja rotación y alta concentración de capital de inventario teóricamente hablando. En el caso de Suministros y Materiales Navales la alta participación de este grupo reflejado se debe a la estacionalidad de la demanda en ciertos meses.

Grupo D.- Esta sección es la que comúnmente se le considera mercadería hueso, y tienen una participación relativamente baja, escasa o nula en las ventas comprometiendo el crecimiento de la ferretería en el mercado. Se recomienda a la empresa mantener en esta categoría un bajo stock y liquidar los productos que no se han vendido en todo el año fiscal, para reinvertir el capital en los grupos con mayor frecuencia en las ventas. El inventario muerto no solo genera pérdidas para el negocio, sino que detiene las ganancias que otros productos podrían generar. Ante la presencia de un producto que no se mueve, lo necesario es buscar la mejor alternativa para venderlo (Fierros, 2015).

No obstante vale recalcar que ciertos de estos productos presentan índices estacionales altos en ciertos meses, generando un considerable ingreso, por lo que se propone mantener un inventario de seguridad mínimo de los mismos, siguiendo la premisa sobre inventarios expuesta por Idalberto Chiavenato en su libro, *Iniciación a la organización y el control* (1993), donde manifiesta que las existencias son la composición de materiales que no se utilizan momentáneamente en la empresa, pero que necesitan existir en función de futuras necesidades. Esta idea se corrobora en la entrevista realizada al jefe de almacén del Comercial Kywi, por lo que la aplicación de un sistema de control informático, que operativamente permita realizar el análisis de máximos y mínimos, así como también conocer el punto de Reorden, ayudará a mejorar significativamente el abastecimiento del inventario.

Mediante estas consideraciones el primer objetivo estratégico será viable, considerando que el costo de venta de productos en el grupo D es de \$19 079, 68, sobre el valor agregado promedio de inventario (AAVI), obtenemos un 13% de concentración de capital invertido. Derogando el grupo D del inventario promedio, el índice de rotación aumentará a 1,8 y el capital se podría reinvertir en productos con mayor liquidez.

Es vital realizar un control y seguimiento de la información de los inventarios, para prever excesos y faltantes de mercadería con el fin de lograr mejores costos y aprovechar las oportunidades de ventas en el mercado evitando la incertidumbre.

Diseño y readecuación de bodega principal

La mayor ventaja de Suministros Navales, es contar con un propio y amplio espacio de almacenamiento para su mercadería. Toda la infraestructura del local funciona como almacenamiento, contando así con la planta baja, destinada al funcionamiento del negocio, la segunda planta y una bodega principal ubicada en la parte posterior del inmueble, es en esta última donde enfocaremos nuestra propuesta de readecuación y optimización del espacio.



Ilustración 51: Bodega principal.

Fuente: Suministros y Materiales Navales

Los productos se encuentran ubicados en varias secciones o cuartos en la primera y segunda planta, los criterios de almacenaje responden dependiendo del tipo o grupo de productos al que pertenece cada ítem y su dimensión, es así que se cuenta con un cuarto de pinturas, eléctricos, herramientas, plásticos, mallas, mangueras, entre otros. La sección detrás del mostrador, donde funciona el negocio y se efectúa la comercialización de productos, se puede encontrar los productos de fácil manipulación en baja escala denominado picking, están ubicados en estanterías tradicionales o racks

de flujo para tenerlos al alcance de los vendedores, para una rápida entrega al comprador.

Los materiales de mayor volumen son ubicados en la bodega principal, una infraestructura independiente en la parte posterior de donde se encuentra el negocio, y que en contraste no cuenta con divisiones proveyendo de un favorable espacio físico de 10,21m x 14,03m.

Tabla 24: *Dimensión de Bodega Principal*

Bodega Principal Nivel 1			
ANCHO	=	10,21	mts
PROFUNDIDAD A	=	7,93	mts
PROFUNDIDAD B	=	6,1	mts
			14,03mts
Bodega Principal Nivel 2			
ANCHO	=	10,21	mts
PROFUNDIDAD	=	6,1	mts

Fuente: Suministros y Materiales Navales. **Elaboración:** Autor

La propuesta en cuanto a la distribución y flujo de material, pretende entregar un ordenamiento de las áreas de trabajo y rotación de materiales, que permitan ahorrar dinero a la empresa, y sus miembros perciban seguridad y satisfacción en este entorno.

La economía se obtiene por medio del empleo efectivo del espacio disponible tanto vertical como horizontal, ventaja que no se está aprovechando en cuanto a la altura, debido a la falta de racks que optimicen el uso de esta bodega.

La seguridad y satisfacción de los miembros de la empresa se la obtiene por medio de la aplicación de los principios básicos de la distribución (Muther, 1998). Una óptima distribución, integra las actividades realizadas de modo que mejore el compromiso, minimiza la distancia de recorrido entre procesos, permite un eficiente flujo de los materiales y brinda las condiciones operativas bajo un entorno seguro. Existen métodos de gestión para el almacenamiento tal es el caso de las 5s, método de cinco principios que tienen el objetivo de aportar una mejor organización, ordenamiento y limpieza de forma permanente, fomentado la productividad y un mejor entorno laboral. Aplicado en los años 1960 por la empresa japonesa Toyota, por ello su nombre debido al lenguaje, está estructurado de la siguiente manera:

Tabla 25: Método de las 5s de Toyota

Denominación		Concepto	Objetivo particular
Español	Japonés		
Clasificación	整理, <i>Seiri</i>	Separar innecesarios	Eliminar del espacio de trabajo lo que sea inútil
Orden	整頓, <i>Seiton</i>	Situar necesarios	Organizar el espacio de trabajo de forma eficaz
Limpieza	清掃, <i>Seiso</i>	Suprimir suciedad	Mejorar el nivel de limpieza de los lugares
Estandarización	清潔, <i>Seiketsu</i>	Señalar anomalías	Prevenir la aparición de la suciedad y el desorden (Señalizar y repetir) Establecer normas y procedimientos.
Mantener la disciplina	躰, <i>Shitsuke</i>	Seguir mejorando	Fomentar los esfuerzos en este sentido

Fuente: Lean Organization (Chiarini, 2013)

La bodega principal actualmente no cuenta con un sistema de almacenamiento apropiado, y los materiales destinados a esta área no cumplen con un ordenamiento lógico. En la siguiente ilustración se observa las áreas ocupadas por estanterías y materiales, sombreadas en gris. En la siguiente ilustración podremos notar la superficie disponible para ejecutar mejoras.

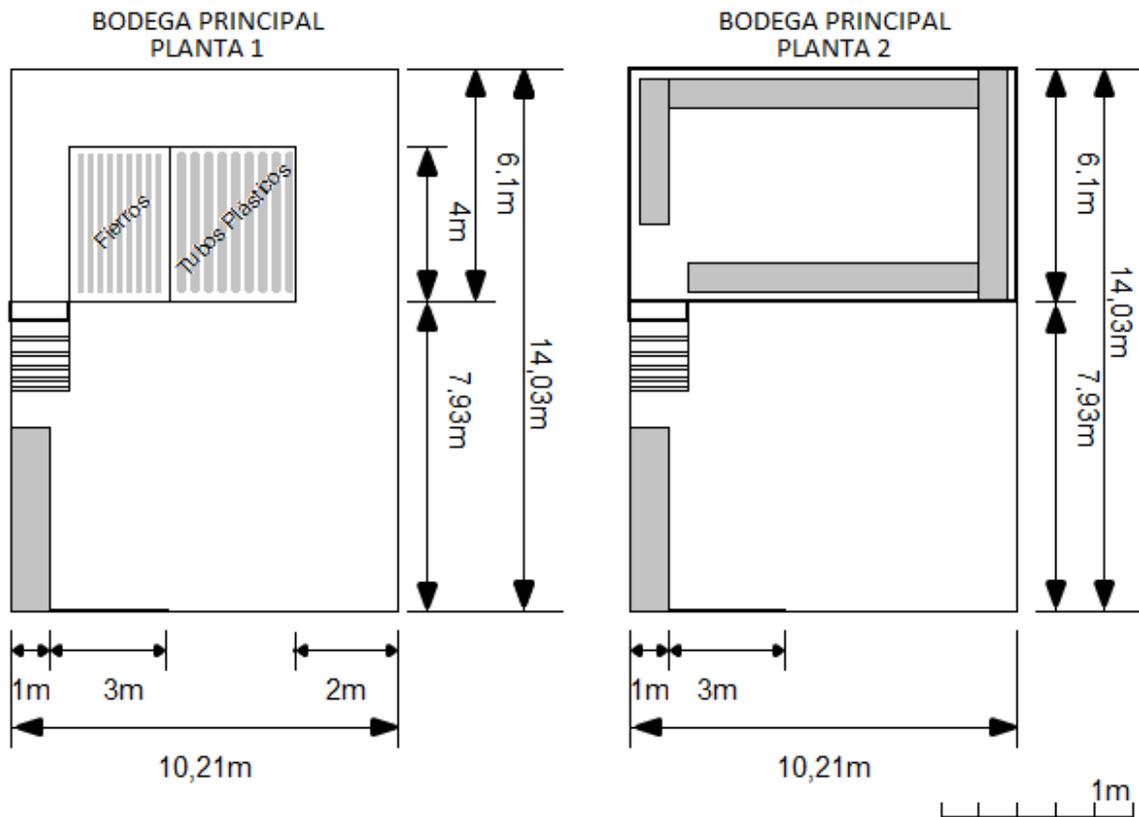


Ilustración 52: Plano de la Bodega Principal.

Fuente: Suministros y Materiales Navales. **Elaboración:** Autor

Para el diseño de un sistema de almacenamiento se debe determinar los equipos de almacenamiento a emplear para ordenar, situar y ubicar los distintos productos en las áreas de la bodega.

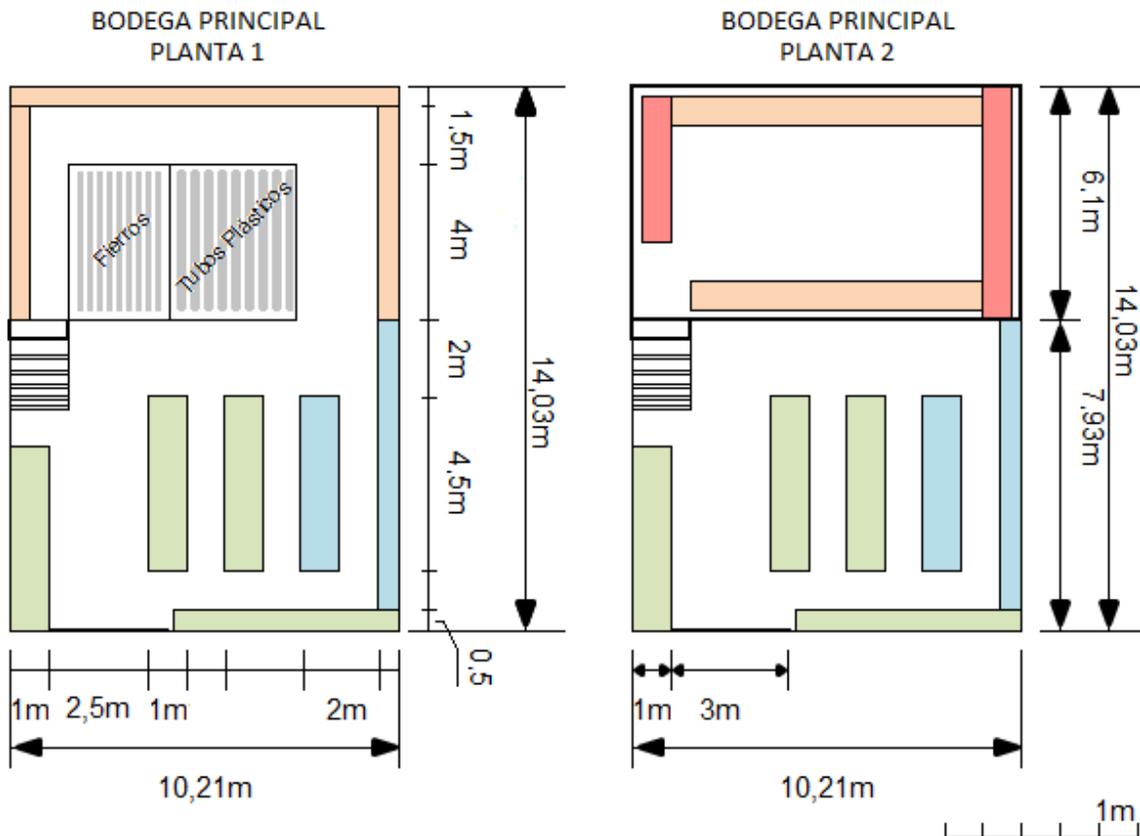


Ilustración 53: *Diseño Propuesto en Bodega Principal.*
Fuente: Suministros y Materiales Navales **Elaboración:** Autor

La propuesta sugerida es con base al empleo de racks o estanterías, que son estructuras metálicas que pueden ajustarse o configurarse en base a la necesidad, su costo dependerá de la resistencia de las mismas, sin embargo

cuentan con una flexibilidad en cuanto a desmantelado y reubicación que nos permitirá ganar espacio verticalmente.



Ilustración 54: *Propuesta de ubicación de Racks.*
Fuente: Autor

En el acceso del stock se delimita por métodos de almacenamiento dependiendo de la rotación del artículo, unidades de despacho y la variedad. Por lo tanto delimitaremos los racks en función al índice de rotación del inventario y grupo al que pertenece cada artículo.



Ilustración 55: *Clasificación de Estantes por Artículo.*

5.2.2 PROPUESTA RESPECTO AL SOFTWARE

Es muy común que las empresas y particularmente Suministros Navales, enfaticen su atención en los procesos comerciales y financieros, descuidando los procesos relacionados con la logística y el abastecimiento. Los grandes almacenes se encuentran constantemente lidiando con el tiempo, las urgencias y la inestabilidad. A diario se realiza transacciones, se debe cumplir con pedidos y contactar proveedores, por lo que los procesos de inventario se repiten diariamente y se transforma en rutina concibiendo inconvenientes como retrasos, sobredimensionamiento de stock innecesario y clientes disconformes, afectando directamente en la disminución del nivel de servicio, el descuido en los costos y pérdidas financieras, inconvenientes que no son tan evidentes en primer plano.

Son situaciones habituales pero posibles de remediar mediante una nueva filosofía de gestión, nuevo métodos de análisis y una aplicación sólida, estos componentes los encontramos integrados en el software administrativo contable que consideramos adecuado para el negocio.

Microsystem es una herramienta desarrollada para que las empresas gestionen, controlen y optimicen sus procesos. Con un diseño innovador este software permite contrarrestar los inconvenientes para obtener un inventario al máximo de su rendimiento agilizando los tiempos en la toma de decisiones.

El software se divide en tres módulos enlazados por un interfaz, comercialización, inventarios y producción. A continuación se detalla las

características de los módulos relevantes para la actividad de comercialización al por menor y mayor de artículos de ferretería.

Modulo Comercialización

- Administración de precios y descuentos.
- Administración de pedidos de ventas y cuentas por cobrar.
- Administración de compras y cuentas por pagar.
- Caja - Bancos
- Análisis financiero
- Anexos transaccionales ATS y REOC.
- Generación de facturas, retenciones, cheques, liquidaciones de compra, comprobantes de ingreso, comprobantes de egreso, notas de debito y notas de crédito.

Módulo Inventario

- Manejo de múltiples almacenes o puntos de venta.
- Administración del stock por cliente.
- Manejo del inventario por unidades de medidas
- Codificación de los artículos para código de barras.
- Administración de lotes y manejo de pallets.
- Control de índices estacionales.
- Registro de ubicación de artículos en almacenes.

La compañía proveedora del software también brinda la capacitación en cuanto al uso del sistema, trasladándose desde la ciudad de Quito a las instalaciones de la ferretería, llevando su ejecución dentro de 20 horas.

- 10 horas de capacitación.
- 10 Horas para programación de reportes,
- Toda hora adicional será facturada por 35.00 USD.

La optimización del inventario y los recursos que la empresa emplea en su gestión, permitirán generar la ventaja competitiva aumentando las ventas gracias a la aplicación de pronósticos y reducción del inventario innecesario como también de la amplia satisfacción del cliente.

5.2.3 PROPUESTA RESPECTO A LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Como se ha venido planteando en este trabajo de investigación y con base a los resultados obtenidos en las entrevistas, la atención al cliente es el factor que fomenta una buena relación con el sector más importante de todo negocio, los clientes. El compromiso inicia con los miembros de la organización en tener clara cuales son las metas de la empresa y la imagen que esta desea proyectar, mediante la filosofía de pertenencia y la motivación del empleado en explotar el máximo de su potencial, genera un crecimiento positivo para ambas partes. Si la empresa progresa los miembros también.

Es por ello que la capacitación y el desarrollo del capital intelectual es un activo intangible de suma importancia. Ya que el conocimiento puede generar oportunidades, evidenciar superación y se puede traspasar. A continuación se muestra el proceso al seguir en las ventas de la ferretería, el cual se reinicia con la retroalimentación.



Ilustración 56: *Pasos de una buena atención en el área de ventas*
Fuente: Autor.

Las grandes y más importantes empresas no escatiman en gastos en cuanto a la capacitación enfocada a la cultura de servicio, el propósito de muchas empresas es ser vinculadas con valores positivos. Y el primer filtro o contacto de la mayoría de empresas con sus clientes, es el área comercial, muchas decisiones importantes y estratégicas vienen de los altos directivos, pero son los vendedores, en el caso de las ferreterías, quienes conocen a fondo

el comportamiento y necesidades del consumidor. Está en ellos proyectar la imagen que se desea difundir.

Dicho esto, pequeños negocios, en su mayoría de carácter familiar, cuentan con la gran ventaja que grandes empresas no logran abarcar, y esta es la proximidad hacia las personas. Más allá de las transacciones económicas, este tipo de empresas atienden no sólo al cliente, sino más bien al ser humano, lo que hace de este negocio único y lleno de oportunidades.

5.2.5 PRESUPUESTO

- **INVERSIÓN**

El desarrollo de la administración estratégica y la ejecución de las propuestas implican la innovación en los procesos que actualmente desarrolla la empresa, por ello se realizará una inversión en la tecnología. Se automatizará el negocio por medio de la adquisición de equipos de cómputo y de un Software administrativo.

De igual manera se considera sumamente importante el capital intelectual de la empresa, por lo que el desarrollo de habilidades de los empleados y la motivación necesaria, se forja a través de la capacitación constante, al menos una vez por año.

El área en la cual se enfocó el diseño de readecuación, es en la bodega principal, por lo que la optimización del espacio por medio de racks también ha sido considerada.

A continuación se da a conocer la inversión y los valores que conllevan cada rubro, los cuales fueron gestionados y cotizados con el propósito de adquirir los elementos más idóneos para la favorable ejecución del modelo gestión que se pretende proponer y aplicar.

Tabla 26: *Inversión*

INVERSIÓN	VALOR
CAPACITACIÓN	\$ 1.000,00
RACKS/ESTANTES	\$ 5.500,00
SOFTWARE	\$ 1.680,00
EQUIPOS COMPUTO	\$ 1.200,00
PUBLICIDAD LETRERO	\$ 350,00
VEHÍCULO	\$ 23.000,00
TOTAL	\$ 32.730,00

Elaboración: Autor

- **FINANCIAMIENTO**

Para poder contar con un servicio de entrega a domicilio de los productos en base a su dimensionamiento se consideró un vehículo valorado en \$23 000 que contribuirá con el alcance y aportación de un valor agregado al servicio. A continuación se detalla la distribución del apalancamiento con un total de \$32 730, en donde un 4,12% será solventado del capital propio.

Tabla 27: Financiamiento.

INVERSIÓN	VALOR	CAPITAL PROP BANCO	
CAPACITACIÓN	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
RACKS/ESTANTES	\$ 5.500,00		\$ 5.500,00
SOFTWARE	\$ 1.680,00		\$ 1.680,00
QUIPOS COMPUTO	\$ 1.200,00		\$ 1.200,00
PUBLICIDAD LETRERO	\$ 350,00	\$ 350,00	
VEHÍCULO	\$ 23.000,00		\$ 23.000,00
TOTAL	\$ 32.730,00	\$ 1.350,00	\$ 31.380,00
	100%	4,12%	95,88%

Elaboración: Autor

Con una tasa anual del 15,15%, capitalizables mensualmente, la entidad financiera provee de un plazo con vencimiento a 5 años. Como se puede constatar en el Anexo 4.

• ANÁLISIS COSTO BENEFICIO

La optimización de la ferretería Suministros y Materiales Navales por medio de la administración estratégica, será viable por medio de la implantación de un modelo de negocios funcional aplicado al control de sus productos y la comercialización de los mismos. La reestructuración e innovación de sus procesos debe complementarse con la adquisición de modernas herramientas de administración y control de inventarios para desempeñar todas sus funciones de manera automatizada, permitiendo enfocarse en el factor primordial del negocio, el factor humano.

La empresa por medio de una mínima inversión será capaz de pronosticar eficazmente la demanda, logrando reaccionar ante cambios

emergentes que se puedan suscitar, reduciendo sus costos e incrementando sus ventas gracias a las estrategias y análisis de inventario incorporado en el sistema informático.

Significativamente la atención al cliente y su satisfacción, serán posibles por medio del control de consumo, análisis de cartera y reducción del tiempo entre cada transacción, este último será alcanzable gracias a la ágil verificación de los stocks e inmediata emisión de factura, asegurando la fidelidad, confianza y compromiso del comprador.

La capacitación del personal y la creación de capital intelectual generan un mejor nivel de servicio y mayor eficiencia entre el talento humano de la ferretería, los procesos se realizarán bajo criterios lógicos por parte de los empleados quienes se motivarán en volverse más productivos y superarse laboralmente.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En función a los resultados obtenidos mediante la investigación, se ha podido evidenciar las principales falencias que afronta la ferretería Suministros y Materiales Navales, una empresa familiar de la ciudad de Esmeraldas, mediante el cual permite concluir y recomendar las correctas acciones para fortalecer el desarrollo comercial de la empresa.

CONCLUSIONES

Concluyo con que la ferretería Suministros y Materiales Navales ubicada en el centro de la ciudad de Esmeraldas, en un referente en cuanto a la comercialización de productos, con 30 años de experiencia en el mercado, ha logrado posicionarse en la mente de las personas.

Evidenciado en las encuestas notamos que el servicio que entrega actualmente es muy bueno, contando con la fidelidad de la comunidad esmeraldeña, que aprecia una atención especializada y técnica al momento de realizar sus compras.

Sin embargo, a pesar de las grandes oportunidades que existen en el mercado esmeraldeño para desarrollarse, la empresa no ha podido dar ese impulso y dejar de ser una empresa pequeña, más allá de su capacidad operativa, la administración del negocio se realiza sin la apropiada aplicación

técnica de estrategias de comercialización, lo que ha generado un deterioro en su servicio y por ende una disminución en la participación de mercado.

La innovación es un elemento ausente el desarrollo normal de sus actividades y ante la carencia de un plan estratégico, no ha sido posible prever el impacto de los competidores directos, de igual manera no le ha permitido aprovechar las oportunidades presentes en el mercado local, para impulsar la participación y el nivel de ventas.

Aún mantiene un modelo de negocio tradicional, llevando a cabo sus actividades por medio de conocimientos empíricos, sin un apropiado uso de herramientas administrativas anteponiendo la comercializan de sus productos, omitiendo el nivel de servicio que determina la satisfacción del cliente. Esto no le ha permitido proyectarse debidamente restringiendo su evolución.

En el normal funcionamiento del negocio, varias de sus actividades y procesos organizacionales, carecen de una apropiada gestión que compromete la cadena de valores y la ventaja competitiva, tal es el caso del control de inventarios, la atención al cliente y la comercialización de sus productos.

Las funciones y responsabilidades de los miembros de la empresa no están delimitadas correctamente, privando de cumplir a cabalidad su trabajo junto con la carencia de objetivos organizacionales, que permitan fijar metas de lo que la empresa necesita alcanzar.

La aplicación del plan estratégico se precisa, de manera que pueda contrarrestar todos estos inconvenientes y que potenciará el desempeño del negocio permitiéndole contar con las herramientas de gestión necesarias para una correcta toma de decisiones, para lograr este cometido la innovación del negocio deberá involucrar la automatización.

A pesar de las limitaciones de la ciudad, esta cuenta con grandes oportunidades de negocios gracias a su continua expansión inmobiliaria y la presencia de importantes industrias, tal como es el caso de la refinería, las empresas que prestan sus servicios a la misma, el puerto marítimo y el nuevo acceso al aeropuerto. Reflejando una economía dinámica, en torno a estos referentes. Oportunidades que el negocio deberá aprovechar.

El factor más valorado y que dictamina la compra por parte del cliente, es la buena atención. Por lo que el desarrollo de la cultura al servicio mediante la continua capacitación permitirá satisfacer y afianzar a los clientes quienes cada vez tienen nuevos hábitos de consumo, deviniendo más exigentes.

La empresa está en la capacidad de emprender nuevos retos lo cual es evidente en el análisis financiero, solo es necesario el compromiso de los miembros y la adaptabilidad ante las nuevas tecnologías administrativas, las cuales facilitaran la administración de la empresa.

RECOMENDACIONES

Establecer un manual de políticas y normas de almacenamiento de ingreso y despacho de mercadería para llevar a cabo un mejor control de los procedimientos, permitiendo tomar decisiones pertinentes gracias a un manejo apropiado de la información de inventario. De esta manera se impulsará la eficiencia.

Fomentar la constante capacitación del personal para asegurar un desempeño óptimo y que afiance los vínculos con la empresa y sus intereses, lo cual beneficiará a la empresa, al talento humano y finalmente a la clientela.

Desarrollar una nueva línea de producto expandiendo las alternativas para el consumidor, diversificar en cuanto a marcas.

La ejecución de este estudio de investigación permitirá dar los primeros pasos para poder crear una ventaja competitiva, maximizando el uso de los recursos y la reducción de costos de inventarios en productos con baja rotación permitirá invertir en otros con mayor rentabilidad.

Una vez repotenciado el negocio y obtenido el retorno de la inversión se recomienda colocar estratégicamente una sucursal en la zona sur de la ciudad, en donde la oferta de productos sea más específica y especializada al sector industrial.

De carácter urgente es necesario implementar nuevas políticas de gestión en su modelo de negocios, mejoras en el área de ventas y control de inventarios para lograr impulsar su eficiencia.

Desarrollarse en el mercado de la comercialización de equipos de protección personal, por su las amplias oportunidades en el sector industrial de la ciudad de Esmeraldas.

Reducir la adquisición de los productos de baja rotación y reinvertir el capital en los productos estrellas, que permitan el crecimiento económico de la empresa, adicional a esto implementar política de precios, para volverlos más competitivo y percibir ganancias por volumen.

Este trabajo de investigación es el paso inicial que la empresa deberá optar, una reingeniería completa del negocio deberá ser puesta en marcha, con objetivos mucho más ambiciosos.

BIBLIOGRAFÍA

- Andreu, R. C., & Sieber, S. (1999). *La gestión integral del conocimiento y del aprendizaje*. Economía Industrial.
- Asamblea Nacional. (29 de Diciembre de 2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Obtenido de Superintendencia de Control del Poder de Mercado: <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/03/C%C3%B3digo-Org%C3%A1nico-de-la-Producci%C3%B3n-Comercio-e-Inversi%C3%B3n.pdf>
- Baldauf, K., & Stair, R. (2010). *Succeeding with Technology*. Boston: Cengage Learning.
- Buró Tributario. (Septiembre de 2011). *IMPUESTO DEL 1.5 POR MIL SOBRE LOS ACTIVOS TOTALES*. Obtenido de Buró Tributario Consultores: <http://burotributario.blogspot.com/2011/05/impuesto-del-15-por-mil-sobre-los.html>
- Calderón, G. (5 de Diciembre de 2014). *‘El cambio de la matriz productiva*. Obtenido de El Universo: <http://www.eluniverso.com/opinion/2014/12/05/nota/4305996/cambio-matriz-productiva>
- COOTAD. (2015). *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización*. Obtenido de http://emgirs.gob.ec/phocadownload/juridico/DESCENTR-CODIGO_ORGANICO_DE_ORGANIZACION_TERRITORIAL_COOTAD.pdf
- Cynertia Consulting*. (Octubre de 2009). Obtenido de www.cynertia.es/sites/default/files/PDF/Planes_de_negocio-instrumento_para_el_exito_en_las_start-up.pdf
- Díaz Villanueva, B. (29 de Abril de 2014). *Empresas familiares: ¿Cómo lograr la continuidad?* Obtenido de Veritas: Colegio de Contadores Públicos: veritasonline.com.mx/empresas-familiares-como-lograr-la-continuidad/
- EFB. (2013). *Families in Business for the long term*. Obtenido de European Family Business: <http://www.europeanfamilybusinesses.eu/family-businesses/definition>

- EKOS, & UIEM, U. d. (2013). *Revista Fierros*. Obtenido de EKOS Negocios:
www.fierros.ec/documentos/SectorFerretero.pptx
- ElComercio. (Julio de 2015). *Economía*. Obtenido de El Comercio: www.elcomercio.com
- Explored. (18 de Junio de 2013). *Las ferreterías se dinamizan en el país*. Obtenido de
www.explored.com.ec/noticias-ecuador/las-ferreterias-se-dinamizan-en-el-pais-583823.html
- Fierros. (Abril de 2015). *Proyecciones 2014*. Quito: EKOS Negocios.
- GADME. (2013). *Ordenanza sustitutiva que reglamenta los permisos de funcionamiento para actividades comerciales e industriales en el Cantón Esmeraldas*. Obtenido de Municipio de Esmeraldas:
<http://www.municipioesmeraldas.gob.ec/site/images/stories/2013/lotaip/ORDENANZA-FUNCIONAMIENTO-ACTIV-COMERCIALES.pdf>
- Hernández, A., Marulanda, C. E., & López, M. (2014). *Análisis de la gestión del conocimiento en PYMES de Colombia*. Obtenido de Scielo: http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642014000200013&script=sci_arttext&tlng=pt
- Hill, C. W., & Jones, G. R. (1996). *Administración Estratégica: Un enfoque integrado*. Bogotá: McGRAW-HILL INTERAMERICANA S.A.
- Hitt, M. A. (2006). *Administración*. México: Pearson Educación.
- INEC. (2010). *Censo de Población y Vivienda 2010*. Obtenido de Ecuador en cifras:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/esmeraldas.pdf>
- INEC. (16 de Agosto de 2012). *Análisis Sectoriales: Tecnologías de la información*. Obtenido de Ecuador en Cifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoconomia/info2.pdf>
- INEC. (2012). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIIU 4.0): Metodología*. Obtenido de INEC:
<http://www.inec.gob.ec/estadisticas/SIN/metodologias/CIIU%204.0.pdf>

- INEC. (Junio de 2012). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIIU4.0): Unidad de Análisis de Síntesis*. Obtenido de INEC:
<http://www.inec.gob.ec/estadisticas/SIN/descargas/ciiu.pdf>
- INEC. (2012). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas CIIU Revisión 4.0*. INEC.
- INEC. (24 de Junio de 2012). *Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE) 2012*. Obtenido de INEC: Archivo Nacional de Datos y Metadatos Estadísticos (ANDA):
http://200.110.88.41/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/140210%20DirEmpresas%20final3.pdf
- Kotler, P. (2009). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- LAN. (2010). *Reporte de Sostenibilidad: Cultura de Servicio*. Obtenido de LAN AIRLINES S.A.:
http://www.lan.com/es_ec/sitio_personas/reportesostenibilidad_2010/6_1_cultura.html
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2012). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*. Estados Unidos: Pearson Education.
- Leach, P. (1999). *La empresa familiar: Management*. Granica S.A.
- Ley de Régimen Tributario Interno Art. 62*. (2015).
- Ley de Régimen Tributario Interno Art. 64*. (2015).
- Ley de Régimen Tributario Interno Art. 97.14*. (2015).
- Méndez Álvarez, C. E. (2009). *Técnicas y herramientas de gestión*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Morales, A. (2 de Agosto de 2014). Obtenido de En el margen:
<http://www.enelmargen.org/2014/08/la-tirania-de-los-expertos-william.html>
- Moya Navarro, M. J. (1999). *Control de Inventarios y teoría de colas*. San José, Costa Rica: EUNED.

- Muñiz, L. (2013). *Como implantar y evaluar un sistema de control de gestión*. España: Profit Editorial.
- Muñoz Negron, D. (2009). *Administración de operaciones: Enfoques de administración de procesos de negocios*. Santa Fe, México: Cengage Learning Editores.
- Ozyasar, H. (2014). *The Significance of Inventory Turnover Ratio*. Obtenido de Chron: http://smallbusiness.chron.com/significance-inventory-turnover-ratio-54114.html?__hstc=51389238.5c8546da54ae05d294682f28448180ed.1434768905057.1434768905057.1434768905057.1&__hssc=51389238.1.1434768905058&__hsfp=4116817028
- Pavón Garrigues, M. (3 de Marzo de 2012). *El papel de la familia en la innovación y creatividad en la empresa familiar*. Obtenido de Consultor de Empresa Familiar: consultorempresafamiliar.com/2012/03/15/innovacion-y-creatividad-en-la-empresa-familiar/
- Portelles, Y. (15 de Julio de 2015). *Noticias*. Obtenido de Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/autoridades-evaluan-positivamente-impacto-salvaguardias-aplicadas-ecuador.html>
- Ramirez Elizondo, C. (Marzo de 2015). *La Financiación y el Buen Gobierno*. Obtenido de Instituto Iberoamericano de Mercado de Valores: <http://www.iimv.org/iimv-wp-1-0/resources/uploads/2015/03/Capitulo-14-.pdf>
- Sánchez-Crespo Casanova, A. J., Sánchez, A. B., & Sánchez y Sánchez, A. M. (2005). *La empresa familiar: manual para empresarios: claves legales para su correcta organización y continuidad*. Barcelona: Deusto.
- SENPLADES. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva: Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano*. Obtenido de Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- Tschohl, J., & Franzmeier, S. (1994). *Achieving Excellence Through Customer Service*. Madrid: Díaz de Santos.

Vermorel, J., & Mion, N. (Febrero de 2012). *Rotación del inventario (Ciclos del Inventario)*.
Obtenido de LOKAD: <http://www.lokad.com/es/definicion-rotacion-del-inventario>

Wachowicz, J. J., & Van Horne, J. C. (2002). *Fundamentos de administración estadística*. México:
Pearson Educación.

Zák, K. (21 de 11 de 2014). *Noticias*. Obtenido de Agencia Pública de Noticias del Ecuador y
Sudamérica: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/consiste-cambio-matriz-productiva-ecuador.html-0>

Zeithaml, V. (2000). *Marketing de servicios*. México: McGraw Hill.

ANEXOS

ANEXO 1: Entrevistas Expertise

Profesional Entrevistado	Henry Toledo
Empresa	Kywi S.A.
Cargo	Jefe de Almacén, Agencia Citymall
Información de contacto	htoledo@kiwy.com.ec 04 3 068 251 ext. 6102

¿Cómo se llevan a cabo sus procesos de inventario, qué método sería el más apropiado en una ferretería pequeña?

Kywi ha experimentado el mercado de ferreterías pequeñas. Nosotros nos dedicamos a tener una variedad extensa de productos, tenemos 45000 productos codificados. En almacenes de esta dimensión (Kywi Citymall) tenemos de 18 000 a 25 000 códigos de complicado control e inventariado. Se maneja es un muestreo mensual de 200 códigos dirigido por un departamento de contraloría, que no se devela los códigos a contar, si no el día del inventario de tal manera que sea un inventario real, para no anticiparse a arreglar la mercadería, en el momento que se hace el reporte en ese momento se cuenta por la cantidad de códigos que tenemos, se lo controla por un departamento de auditoría y en cada almacén se cuenta con un encargado de control de mercadería de inventariar y controlar lo que entra y sale tanto en ventas como ingreso por proveedores, devoluciones y reclamos.

El departamento de mercadeo se encarga de estudiar los productos del mercado, dependiendo del sector para conocer que debería constar en el local para vender. Se encargan de hacer el

estudio, se contacta los proveedores se analiza la variedad de su oferta y los ingresa dependiendo de las condiciones para aceptarlos o no, también analizan estadísticamente el promedio de ventas del almacén.

Tienen un departamento de cómputo que registra todas las ventas saca un promedio de ventas, existencia de bodega central, reposición de bodega automática, todo funciona por medio de un sistema sin necesidad de que una persona este preocupada de los inventarios.

Los locales cumplen un diseño principal, los 25 locales en el país son una copia la cual busca hacer una distribución más sencilla.

El sistema registra ventas diarias, se acumulan en el mes y se hace un promedio en el sistema, se calcula un máximo que se debe tener el almacén, en el momento que se baja la mitad menos uno, notifica que se reponga automáticamente. El supervisor se encarga del chequeo físico también es importante para constar las condiciones que llega la mercadería y lógicamente para darse cuenta de cosas que deberíamos tener y el sistema no reconoce o que nunca se ha ingresado, y son necesarios como por ejemplo en la costa se experimento el tema de los aires acondicionados.

¿En cuanto al mercado, cuales son las estrategias aplicadas por la empresa actualmente?

En la costa el primer almacén fue abierto en Esmeraldas, dejando estratégicamente la ciudad de Guayaquil entre las últimas, de tal manera que cuando la competencia decida reaccionar, Kywi ya se encuentre posesionado en el resto de provincias.

Esmeraldas es una ciudad limitada y pequeña, relativamente, porque en realidad cuenta con Puerto Pesquero y Refinería, donde el almacén en esa ciudad es muy rentable y productivo, tres veces más que este local como ejemplo.

¿Cómo se desenvuelve la administración de sus sucursales, qué estructura es aplicada por la empresa?

Tenemos jefe en cada local, hay un Gerente General de almacenes, es uno solo a quien se le comparte experiencia sin existir obligaciones porque todos los almacenes ya están establecidos

como funcionan y como se manejan. Al existir novedades o información que puede contribuir se comparte.

¿Cuál considera usted es el área o departamento de mayor relevancia que se debe prestar mayor atención?

Gracias a los estudios realizados por el departamento de mercadeo y el departamento de sistemas, todas las áreas funcionan automáticamente de una manera correcta y exitosa, nos preocupamos más de que el factor humano realice correctamente su papel, desempeñe su trabajo de la mejor manera. El factor humano es el más complicado, por ejemplo este almacén sigue el modelo exitoso establecido del resto de almacenes, contando ventajosamente siempre con la presencia de personas en el local pero el factor humano no funcionaba correctamente por no haber un control y disciplina en su desenvolvimiento, provocando que el almacén deje de vender, por medio de un cambio de jefaturas se puede solucionar. Básicamente el factor humano del personal no se preocupaba de atender el cliente y tener la mercadería exhibida. Las ventas han aumentado un 40% en estos últimos meses, con las mismas mercaderías, sin necesidad de innovar ni cambiar nada, solo con el movimiento de personal y exigiéndoles, estos se preocuparon en tener todo en orden, limpio, exhibido y que el cliente sea bien atendido, ya que antes solo compraban lo que encontraban. Si el factor humano no está comprometido a contribuir con su trabajo de la manera más eficiente, el almacén no funciona por más que se tenga de todo por más que se esté lleno. El factor humano es vital incide mucho al estar capacitado en especial en una gama tan extensa de artículos el cliente no siempre encuentra lo que necesite, dependiendo de la complejidad de la tienda, hay cosas que se venden por si solas, pero otras que se necesita de asesoramiento, explicación y asistencia técnica que le ofrezca lo indicado, por ello este servicio debe ser combinado, la capacitación debe atender desde lo sencillo hasta lo complejo.

¿Cómo es concebida la capacitación en sus actividades, sus aportaciones, sus virtudes y sus correcciones?

Se tiene la mentalidad o concepto de que todos sepan todo, que todos sean capaces de vender desde el personal que se encuentra en la entrada hasta los jefes, es complicado pero si se

puede, todos pasan por el mismo proceso desde que ingresan a la empresa por lo que todos cuentan con la misma capacidad en el trabajo.

¿Cuál es la metodología empleada para el abastecimiento, control y manejo de inventario?

El inventario que se dispone es una combinación en base a los estudios realizados por los ingenieros del departamento de mercadeo que dictamina los productos que debería tener una ferretería, indiferentemente del conocimiento de si se venden o no se venden. Hay productos que de pronto no se van a vender en cierto tiempo que puede llegar a ser meses o años, pero que una ferretería siempre debe tener y no estaría bien que no se disponga de ellos. La intención de exhibirlos es que quede grabado en el subconsciente, para que en algún momento que se cree la necesidad lo puedan recordar. Caso que si se ha dado y se ha llegado a dar las ventas. Por ello la combinación en cuanto inventario, se comparte la experiencia y el conocimiento del día a día, lo que contribuye el factor humano de lo que necesita el local en base a las necesidades del cliente, complementándose con los estudios y conocimiento de los ingenieros del departamento de ventas.

¿En qué etapa de desarrollo y planes en el corto plazo, se encuentra actualmente emprendiendo la compañía?

Kywi en su modelo de negocio y servicio ha ido evolucionando pasando de la exhibición en vitrinas a perchas en donde el cliente puede tener contacto directo con el producto, creando una gran ventaja, lo cual motiva mucho al cliente a comprar, el tener el producto al alcance, en donde el cliente se informa incluso llegar a tener mayor conocimiento de los productos. Al tener las cosas a la mano no hay necesidad de contar con un vendedor, claro que se eleva el asunto de seguridad.

Profesional Entrevistado	Yesenia Galeano
Empresa	Ferretería Espinoza
Cargo	Supervisora de Almacén, Sucursal la Alborada
Información de contacto	N/A

¿Cómo empresa familiar cuales fueron los principales factores dentro de su gestión y procesos que debieron cambiar para experimentar una mayor competitividad, y cómo se desenvuelve actualmente?

Es una empresa familiar, que su matriz se encuentra ubicada en el centro. Para que sea una competencia grande, es el asesoramiento que los empleados les dan a los clientes, como por ejemplo asesorar sobre las herramientas, otro factor es la calidad de la mercadería y el tiempo de garantía que se le da al cliente. Una combinación entre talento humano y servicio.

¿Cuál es el área o departamento de mayor sensibilidad dentro de sus procesos y actividades cotidianas?

Todos los departamentos van de la mano por ejemplo el departamento de ventas se encarga de asesorar al cliente en la mercadería y obviamente esto se complementa con el departamento encargado del control del inventario, debido a que si existe carencia en este no será factible la venta.

¿Qué opina usted sobre la premisa de que en el largo plazo, grandes empresas se posesionaran completamente en el mercado haciendo desaparecer empresas pequeñas familiares?

Hoy en día el mercado es extenso y hermético. Ya tenemos empresas grandes como el caso del Kywi, Ferrisariato e Hypermarket, aun así existe todo tipo de cliente, quienes puedan que encuentren todo, pero tal vez no reciban el asesoramiento adecuado, ya depende del gusto del cliente donde desea llegar.

¿Su modelo de negocio mantiene todavía su diseño familiar tradicional?

Ferretería Espinoza es una empresa grande que cuenta con varios años en el mercado y con varias sucursales. En parte en cuanto a la atención si se mantiene, pero si se ha modernizado bastante la metodología.

¿Cómo estrategias competitivas para este tipo de mercado cuales permitirían desarrollar óptimamente una empresa familiar?

Aparte del talento humano, las promociones que hacemos con la mercadería, contamos con entrega a domicilio sin cargo a clientes especiales. Las promociones las realizamos por medio de correo que es el método más factible hoy en día. Para nuevos clientes se realiza visitas de nuestros agentes de ventas, se les da el asesoramiento y se les indica las herramientas con las que contamos.

¿Cuál es la política de inventario aplicada en sus actividades?

Cada sucursal tiene su propia política de inventario, en este establecimiento lo realizamos una vez al año, sin embargo estamos abasteciéndonos constantemente de la mercadería que se va terminando. Esto se lo controla a través de una persona encargada que emplea un sistema que automáticamente indica si el stock se ha agotado o no. El departamento de compras se encarga de verificar diariamente el sistema.

¿Cuál es el tipo de capacitación que realizan entre sus empleados?

Ha sido escasa la oferta que hemos de recibido de capacitación del personal. En eso si necesitamos más capacitación, ya que es un factor fundamental que debe estar presente en todo negocio constantemente, en las diferentes áreas.

¿Qué puede expresar sobre el modelo de negocio que actualmente están aplicando en contraste con el de sus competidores?

No existe un contraste drástico, cada quien maneja su propia mercadería, es decir hay empresas con toda clase de líneas de productos, en muchos casos más extensos. Básicamente nosotros ofertamos mercadería en general de ferretería y herramientas eléctricas, en ello estamos especializados.

ANEXO 2:

Imágenes de las Bodegas

- **Bodega Central**









- **Acceso a bodega**



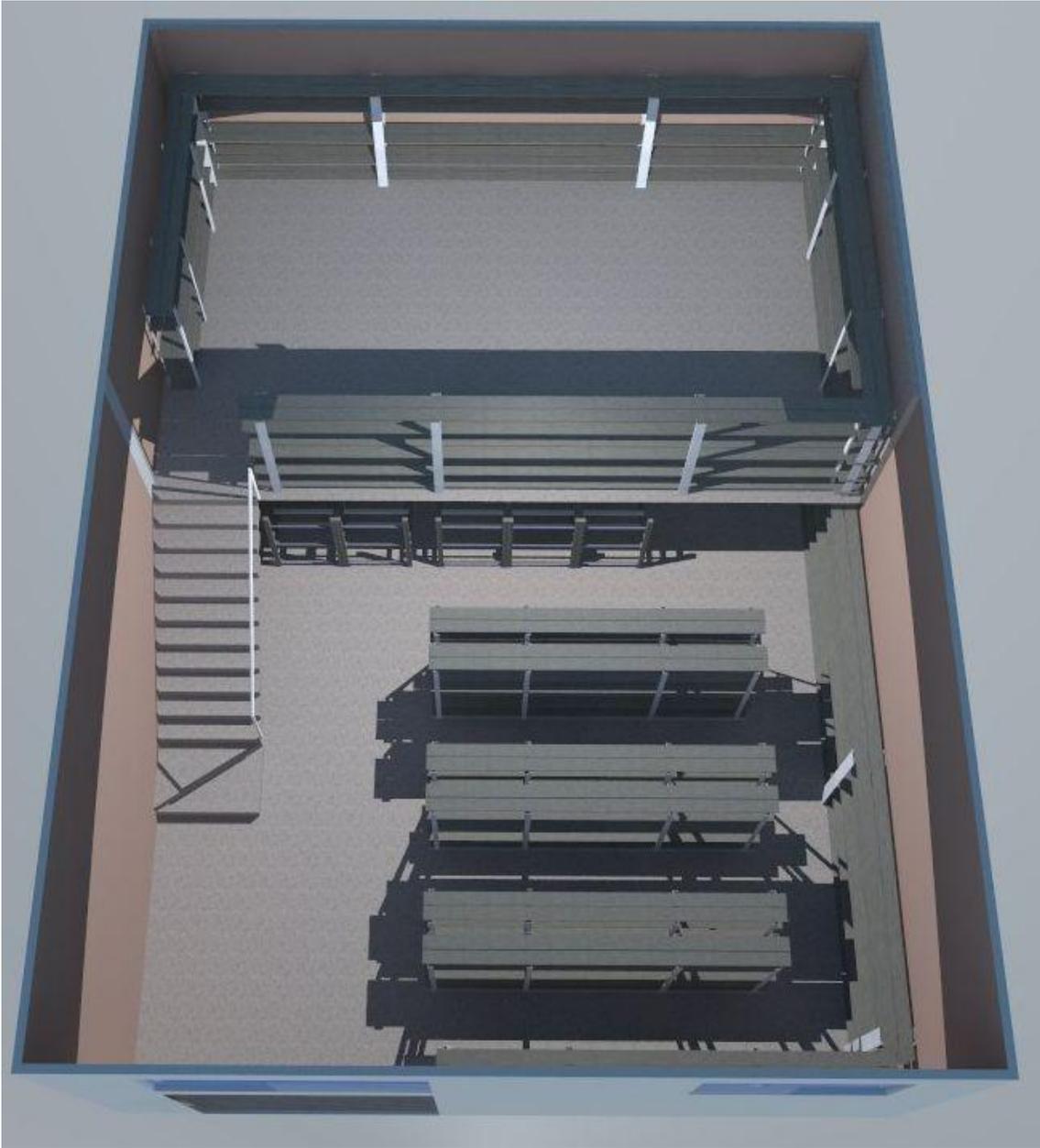


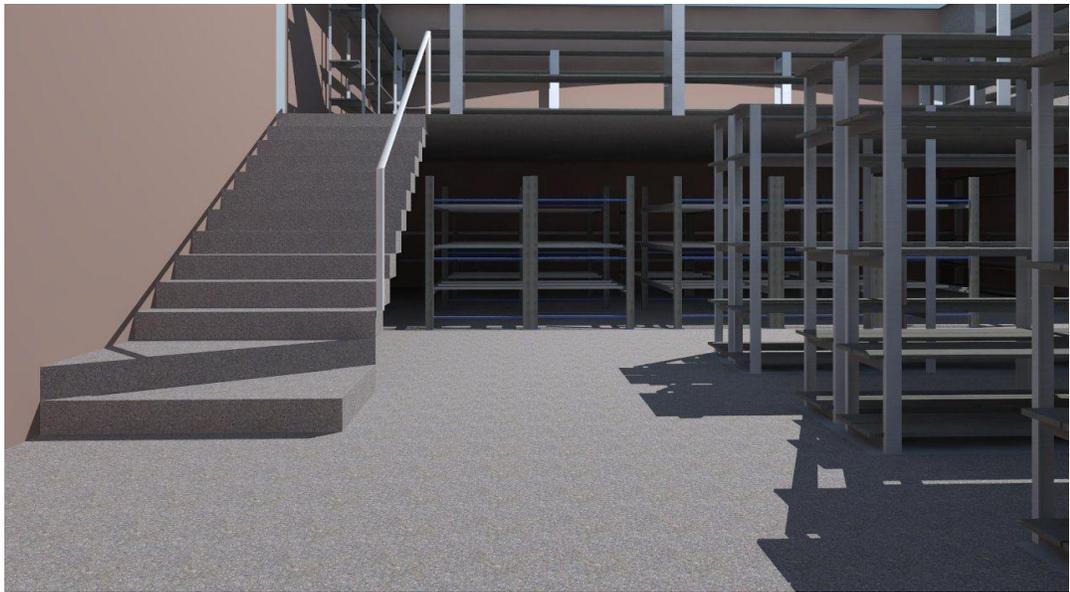
- **Cuarto de Pinturas**





ANEXO 3: Diseño de la propuesta para la Bodega Principal







ANEXO 4: Amortización

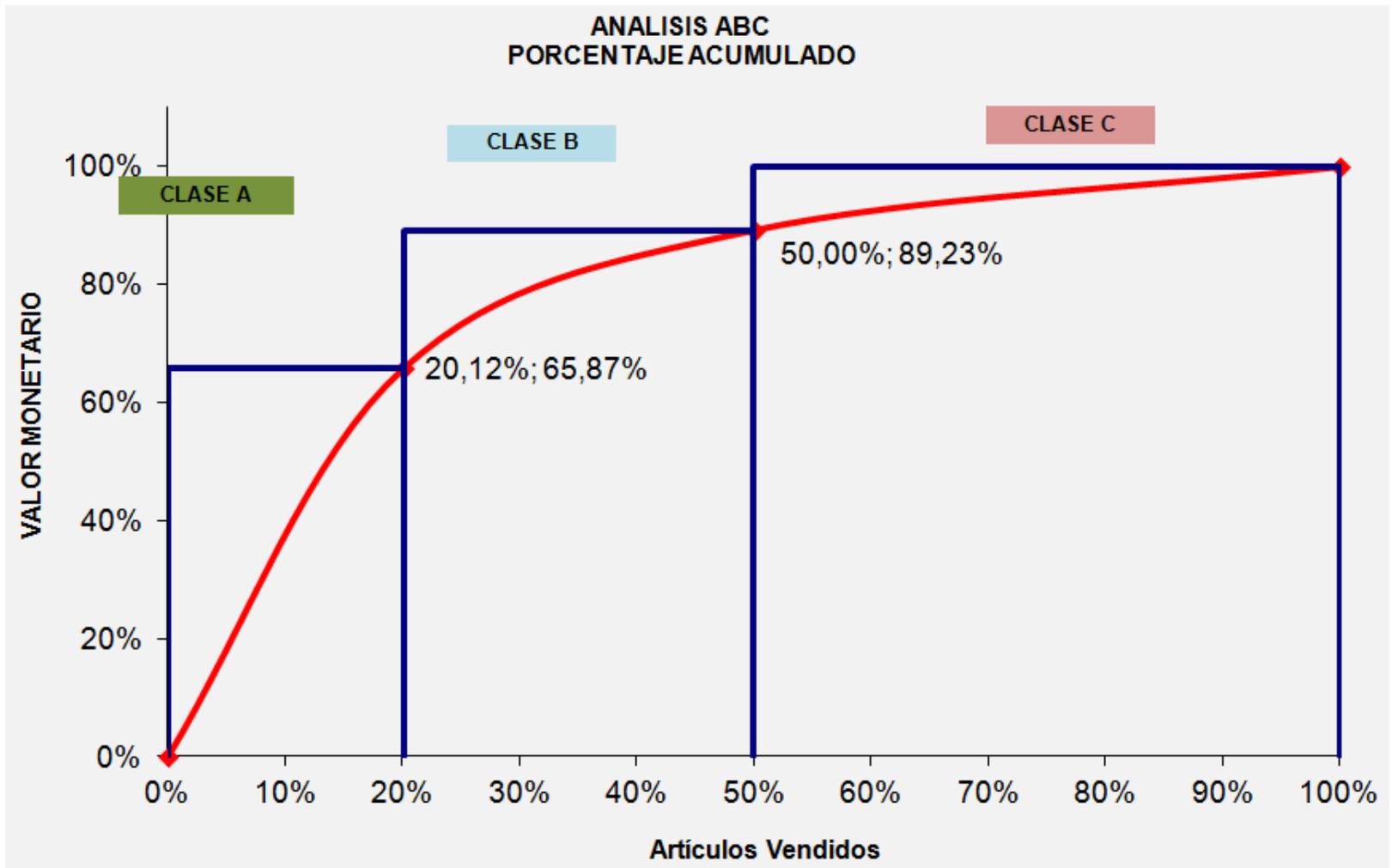
SUMINISTROS Y MATERIALES NAVALES					
INVERSIÓN					
TABLA DE AMORTIZACIÓN					
DEUDA	31.380,00				
PLAZO	5		AÑOS		
TASA DE INTER	15,15%		ANUAL		
					
PERIODO	DESEMBOLSO	CUOTA	INTERESES	AMORTIZACIÓN	SALDO
0	31.380	-	-	-	31.380
1		749,00	396,17	352,83	31.027,17
2		749,00	391,72	357,28	30.669,89
3		749,00	387,21	361,79	30.308,09
4		749,00	382,64	366,36	29.941,73
5		749,00	378,01	370,99	29.570,75
6		749,00	373,33	375,67	29.195,08
7		749,00	368,59	380,41	28.814,66
8		749,00	363,79	385,22	28.429,45
9		749,00	358,92	390,08	28.039,37
10		749,00	354,00	395,00	27.644,36
11		749,00	349,01	399,99	27.244,37
12		749,00	343,96	405,04	26.839,33
13		749,00	338,85	410,15	26.429,18
14		749,00	333,67	415,33	26.013,85
15		749,00	328,42	420,58	25.593,27
16		749,00	323,12	425,89	25.167,38
17		749,00	317,74	431,26	24.736,12
18		749,00	312,29	436,71	24.299,41
19		749,00	306,78	442,22	23.857,19
20		749,00	301,20	447,80	23.409,39
21		749,00	295,54	453,46	22.955,93
22		749,00	289,82	459,18	22.496,75
23		749,00	284,02	464,98	22.031,77
24		749,00	278,15	470,85	21.560,92
25		749,00	272,21	476,79	21.084,12
26		749,00	266,19	482,81	20.601,31
27		749,00	260,09	488,91	20.112,40
28		749,00	253,92	495,08	19.617,32
29		749,00	247,67	501,33	19.115,99
30		749,00	241,34	507,66	18.608,32
31		749,00	234,93	514,07	18.094,25
32		749,00	228,44	520,56	17.573,69
33		749,00	221,87	527,13	17.046,56
34		749,00	215,21	533,79	16.512,77
35		749,00	208,47	540,53	15.972,24
36		749,00	201,65	547,35	15.424,89

37		749,00	194,74	554,26	14.870,63
38		749,00	187,74	561,26	14.309,37
39		749,00	180,66	568,35	13.741,03
40		749,00	173,48	575,52	13.165,50
41		749,00	166,21	582,79	12.582,72
42		749,00	158,86	590,14	11.992,57
43		749,00	151,41	597,59	11.394,98
44		749,00	143,86	605,14	10.789,84
45		749,00	136,22	612,78	10.177,06
46		749,00	128,49	620,52	9.556,54
47		749,00	120,65	628,35	8.928,19
48		749,00	112,72	636,28	8.291,91
49		749,00	104,69	644,32	7.647,60
50		749,00	96,55	652,45	6.995,15
51		749,00	88,31	660,69	6.334,46
52		749,00	79,97	669,03	5.665,43
53		749,00	71,53	677,47	4.987,96
54		749,00	62,97	686,03	4.301,93
55		749,00	54,31	694,69	3.607,24
56		749,00	45,54	703,46	2.903,78
57		749,00	36,66	712,34	2.191,44
58		749,00	27,67	721,33	1.470,10
59		749,00	18,56	730,44	739,66
60		749,00	9,34	739,66	0,00

Anexo 5: Método ABC aplicado en el Inventario 2014

	#Items	%	\$Costo	%	Unds	%
GRUPO A	136	20%	\$ 146.514,96	65,87%	21082	30%
GRUPO B	202	30%	\$ 51.976,13	23,37%	28740	41%
GRUPO C	338	50%	\$ 23.953,95	10,77%	19896	29%
	676		\$ 222.445,04		69718	

<i>Escenarios</i>	<u>Beneficios Objetivos</u>			
	<i>IR</i>		<i>IR</i>	<i>Reducción Costos</i>
<i>Normal</i>	IR	1,57	1,88	17%
<i>Optimista</i>	IR InvIn.	1,63	1,98	18%
<i>Pesimista</i>	IR InvFn.	1,51	1,80	16%





PRODUCTO	Unds Vendidas	COSTO DE VENTA												2014	ANALISIS ABC			CLASES
		ENERO	FEBRER	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPTIE	OCTUBR	NOVIE	Diciem		TOTAL	PRODUCTOS	A	
															% DEL TOTAL	20%	30%	50%
															VALOR MONETARI	PORCENTAJE % ACUMULADO	U VENDIDA	
Vinil para piso en rollo	90	\$ 336,00	\$ 420,00	\$ 336,00	\$ 420,00	\$ 336,00	\$ 504,00	\$ 336,00	\$ 504,00	\$ 2.520,00	\$ 336,00	\$ 504,00	\$ 1.008,00	\$ 7.560,00	3,399%	3,399%	0,148%	A
Diluyente galones	2134	\$ 400,00	\$ 160,00	\$ 240,00	\$ 640,00	\$ 1.104,00	\$ 502,40	\$ 390,40	\$ 307,20	\$ 1.200,00	\$ 556,80	\$ 960,00	\$ 368,00	\$ 6.828,80	3,070%	6,468%	0,296%	A
Mantel plastico para mesa rollo	31	\$ 800,00	\$ 600,00	\$ 400,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 400,00	\$ 600,00	\$ 400,00	\$ 800,00	\$ 400,00	\$ 1.200,00	\$ 6.200,00	2,787%	9,256%	0,444%	A
sacos de waype quintal	25	\$ 200,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.000,00	\$ -	\$ -	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 5.000,00	2,248%	11,503%	0,592%	A
Alambre galvanizado #18 rollo	118	\$ 344,00	\$ 206,40	\$ 172,00	\$ 516,00	\$ 688,00	\$ 240,80	\$ 240,80	\$ 137,60	\$ 516,00	\$ 309,60	\$ 688,00	\$ -	\$ 4.059,20	1,825%	13,328%	0,740%	A
cable flexible 10 rollo	31	\$ 160,00	\$ 240,00	\$ 160,00	\$ 240,00	\$ 320,00	\$ 240,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 80,00	\$ 240,00	\$ 320,00	\$ 2.480,00	1,115%	14,443%	0,888%	A
Rollos plastico natural 5micras 1.5mt	15	\$ 160,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 800,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.440,00	\$ -	\$ 2.400,00	1,079%	15,522%	1,036%	A
Tomacorriente Bticino sobrepuesto simple	116	\$ 73,60	\$ 73,60	\$ 184,00	\$ 165,60	\$ 147,20	\$ 165,60	\$ 349,60	\$ 184,00	\$ 165,60	\$ 220,80	\$ 239,20	\$ 165,60	\$ 2.134,40	0,960%	16,482%	1,183%	A
Pintura de Esmalte Galones	213	\$ 120,00	\$ 100,00	\$ 150,00	\$ 200,00	\$ 250,00	\$ 100,00	\$ 180,00	\$ 190,00	\$ 200,00	\$ 260,00	\$ 230,00	\$ 150,00	\$ 2.130,00	0,958%	17,439%	1,331%	A
cable gemelo 2x14 rollo	29	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 216,00	\$ 144,00	\$ 216,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 216,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 216,00	\$ 2.088,00	0,939%	18,378%	1,479%	A
Rollos plastico natural 5micras 1mt	16	\$ -	\$ 128,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 896,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.024,00	\$ 2.048,00	0,921%	19,298%	1,627%	A
cable gemelo 2x16 rollo	36	\$ 148,80	\$ 148,80	\$ 148,80	\$ 148,80	\$ 148,80	\$ 148,80	\$ 148,80	\$ 148,80	\$ 148,80	\$ 148,80	\$ 148,80	\$ 148,80	\$ 1.785,60	0,803%	20,101%	1,775%	A
Plástico transparente para mesa 0,15 mm. rollo	14	\$ 120,00	\$ -	\$ 120,00	\$ -	\$ 120,00	\$ 360,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ -	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 480,00	\$ 1.680,00	0,755%	20,856%	1,923%	A
Plástico color negro 2 mts. Rollo	12	\$ 136,00	\$ -	\$ 136,00	\$ 272,00	\$ 136,00	\$ 408,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 272,00	\$ -	\$ 272,00	\$ 1.632,00	0,734%	21,590%	2,071%	A
planchas de Zinc 12 pies	231	\$ 84,00	\$ -	\$ 168,00	\$ 210,00	\$ 140,00	\$ 70,00	\$ 84,00	\$ 98,00	\$ 91,00	\$ 350,00	\$ 280,00	\$ 42,00	\$ 1.617,00	0,727%	22,317%	2,219%	A
cabo rollo 1/4	16	\$ 200,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 200,00	\$ 100,00	\$ 200,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 200,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.600,00	0,719%	23,036%	2,367%	A
bomba 1 HP Pedrollo	6	\$ 264,00	\$ -	\$ 264,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 528,00	\$ -	\$ 264,00	\$ -	\$ 264,00	\$ -	\$ 1.584,00	0,712%	23,748%	2,515%	A
cable rigido 10 rollo	27	\$ 115,20	\$ 172,80	\$ 115,20	\$ 172,80	\$ 172,80	\$ 115,20	\$ 115,20	\$ 115,20	\$ 115,20	\$ 115,20	\$ 115,20	\$ 115,20	\$ 1.555,20	0,699%	24,447%	2,663%	A
concentrico 3x10 rollo	6	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 508,80	\$ 254,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 254,40	\$ -	\$ 508,80	\$ -	\$ 1.526,40	0,686%	25,134%	2,811%	A
Tomacorriente Bticino	82	\$ 165,60	\$ 36,80	\$ 128,80	\$ 147,20	\$ 147,20	\$ 147,20	\$ 110,40	\$ 147,20	\$ 110,40	\$ 128,80	\$ 110,40	\$ 128,80	\$ 1.508,80	0,678%	25,812%	2,959%	A
malla roja tela larva rollo	15	\$ 200,00	\$ -	\$ 300,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 200,00	\$ 300,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500,00	\$ 1.500,00	0,674%	26,486%	3,107%	A
cabo rollo 5/16	16	\$ 184,00	\$ 92,00	\$ 184,00	\$ 92,00	\$ 184,00	\$ 92,00	\$ 92,00	\$ 92,00	\$ 184,00	\$ 92,00	\$ 92,00	\$ 92,00	\$ 1.472,00	0,662%	27,148%	3,254%	A
cable gemelo 2x12 rollo	15	\$ 192,00	\$ 192,00	\$ 96,00	\$ 192,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 1.440,00	0,647%	27,795%	3,402%	A
Pintura de latex Galones	305	\$ 111,36	\$ 83,52	\$ 134,56	\$ 180,96	\$ 167,04	\$ 83,52	\$ 111,36	\$ 120,64	\$ 111,36	\$ 116,00	\$ 129,92	\$ 64,96	\$ 1.415,20	0,636%	28,432%	3,550%	A
Malla electrosoldada 1x2x120 rollo	7	\$ 200,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 400,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 800,00	\$ 1.400,00	0,629%	29,061%	3,698%	A
Aceite DW40 grande	249	\$ 67,20	\$ 67,20	\$ 168,00	\$ 134,40	\$ 145,60	\$ 134,40	\$ 128,80	\$ 128,80	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 112,00	\$ 28,00	\$ 1.394,40	0,627%	29,688%	3,846%	A
bomba 1/2 HP Pedrollo	14	\$ 97,60	\$ -	\$ 97,60	\$ 195,20	\$ 97,60	\$ 97,60	\$ 97,60	\$ 195,20	\$ 97,60	\$ 97,60	\$ 195,20	\$ 97,60	\$ 1.366,40	0,614%	30,302%	3,994%	A
cable flexible 12 rollo	31	\$ 88,00	\$ 132,00	\$ 88,00	\$ 132,00	\$ 88,00	\$ 132,00	\$ 176,00	\$ 132,00	\$ 88,00	\$ 88,00	\$ 132,00	\$ 88,00	\$ 1.364,00	0,613%	30,915%	4,142%	A
Plástico color verde 1.5 mts. Rollo	10	\$ -	\$ -	\$ 408,00	\$ -	\$ -	\$ 408,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 272,00	\$ -	\$ 272,00	\$ 1.360,00	0,611%	31,527%	4,290%	A
cabo rollo 3/16	13	\$ 208,00	\$ 104,00	\$ 104,00	\$ 104,00	\$ 104,00	\$ 104,00	\$ 104,00	\$ 104,00	\$ 104,00	\$ 104,00	\$ 104,00	\$ 104,00	\$ 1.352,00	0,608%	32,134%	4,438%	A
bomba 1/2 HP Milano	42	\$ 192,00	\$ 64,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 64,00	\$ 128,00	\$ 64,00	\$ 128,00	\$ 96,00	\$ 128,00	\$ 192,00	\$ 1.344,00	0,604%	32,739%	4,586%	A
Interruptores Bticino simple	68	\$ 76,80	\$ -	\$ 38,40	\$ 134,40	\$ 76,80	\$ -	\$ 134,40	\$ 115,20	\$ 230,40	\$ 211,20	\$ 288,00	\$ -	\$ 1.305,60	0,587%	33,326%	4,734%	A
Abrazadera para manguera 1/2	2510	\$ 52,00	\$ 78,00	\$ 104,00	\$ 130,00	\$ 156,00	\$ 130,00	\$ 104,00	\$ 119,60	\$ 119,60	\$ 104,00	\$ 130,00	\$ 78,00	\$ 1.305,20	0,587%	33,912%	4,882%	A
Plástico transparente para mesa 0,25 mm. rollo	8	\$ 160,00	\$ -	\$ 160,00	\$ -	\$ -	\$ 160,00	\$ -	\$ -	\$ 160,00	\$ 320,00	\$ -	\$ 320,00	\$ 1.280,00	0,575%	34,488%	5,030%	A
cable rigido12 rollo	37	\$ 68,80	\$ 137,60	\$ 103,20	\$ 137,60	\$ 103,20	\$ 137,60	\$ 103,20	\$ 137,60	\$ 103,20	\$ 68,80	\$ 103,20	\$ 68,80	\$ 1.272,80	0,572%	35,060%	5,178%	A
Plástico transparente para mesa 0,20 mm. rollo	9	\$ 140,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 140,00	\$ -	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 280,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 1.260,00	0,566%	35,626%	5,325%	A
Chapa Viro 50mm	28	\$ 132,00	\$ 88,00	\$ 132,00	\$ 88,00	\$ 132,00	\$ 88,00	\$ 44,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 88,00	\$ 44,00	\$ 132,00	\$ 1.232,00	0,554%	36,180%	5,473%	A
Plástico transparente para mesa 0,30 mm. rollo	6	\$ 200,00	\$ -	\$ -	\$ 200,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 200,00	\$ -	\$ 200,00	\$ -	\$ 400,00	\$ 1.200,00	0,539%	36,720%	5,621%	A
cabo rollo 3/8	13	\$ 184,00	\$ 92,00	\$ 92,00	\$ 92,00	\$ 92,00	\$ 92,00	\$ 92,00	\$ 92,00	\$ 92,00	\$ 92,00	\$ 92,00	\$ 92,00	\$ 1.196,00	0,538%	37,257%	5,769%	A
Guantes de Pupo	1462	\$ 104,00	\$ -	\$ 200,00	\$ 240,00	\$ 188,00	\$ -	\$ 192,00	\$ 64,00	\$ 72,00	\$ 47,20	\$ 62,40	\$ -	\$ 1.169,60	0,526%	37,783%	5,917%	A
Lámpara dobles 2 x 40	58	\$ 100,00	\$ -	\$ 100,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ -	\$ 1.160,00	0,521%	38,305%	6,065%	A
Chapa travex 300	41	\$ -	\$ 56,00	\$ -	\$ 140,00	\$ 84,00	\$ 84,00	\$ 140,00	\$ 168,00	\$ 112,00	\$ 84,00	\$ 168,00	\$ 112,00	\$ 1.148,00	0,516%	38,821%	6,213%	A
Tubo gris 1/2	156	\$ 108,00	\$ 86,40	\$ 100,80	\$ 93,60	\$ 100,80	\$ 115,20	\$ 86,40	\$ 93,60	\$ 86,40	\$ 86,40	\$ 100,80	\$ 64,80	\$ 1.123,20	0,505%	39,326%	6,361%	A
Candados VIRO 50mm	40	\$ 112,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 84,00	\$ 112,00	\$ 56,00	\$ 168,00	\$ 140,00	\$ 84,00	\$ 56,00	\$ 84,00	\$ 112,00	\$ 1.120,00	0,503%	39,829%	6,509%	A
Chapa VIRO 60mm	24	\$ 92,80	\$ 139,20	\$ 46,40	\$ 139,20	\$ 92,80	\$ 46,40	\$ 46,40	\$ 92,80	\$ 139,20	\$ 92,80	\$ 92,80	\$ 92,80	\$ 1.113,60	0,501%	40,330%	6,657%	A
Interruptor Bticino Doble	55	\$ 460,00	\$ -	\$ 40,00	\$ 120,00	\$ 60,00	\$ -	\$ 120,00	\$ 160,00	\$ 140,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.100,00	0,495%	40,824%	6,805%	A
Amoladora Urea 7"	5	\$ 216,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 216,00	\$ -	\$ -	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ -	\$ 1.080,00	0,486%	41,310%	6,953%	A

malla verde 15 rollo	10	\$ 216,00	\$ -	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 216,00	\$ -	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.080,00	0,486%	41,795%	7,101%	A
Aceite DW40 pequeño	334	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 86,40	\$ 108,80	\$ 108,80	\$ 108,80	\$ 108,80	\$ 108,80	\$ 112,00	\$ 108,80	\$ 12,80	\$ -	\$ 1.068,80	0,480%	42,276%	7,249%	A
concentrico 3x12 rollo	6	\$ -	\$ -	\$ 176,00	\$ 352,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 352,00	\$ -	\$ 176,00	\$ -	\$ 1.056,00	0,475%	42,750%	7,396%	A
Empaste exterior SIKA	56	\$ 105,60	\$ -	\$ 70,40	\$ 88,00	\$ 105,60	\$ -	\$ 211,20	\$ 88,00	\$ 105,60	\$ 105,60	\$ 105,60	\$ -	\$ 985,60	0,443%	43,194%	7,544%	A
Alambre de púa 500 Mts. FORTE	27	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 180,00	\$ 144,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 972,00	0,437%	43,630%	7,692%	A
malla verde 03b rollo	13	\$ 144,00	\$ -	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 72,00	\$ -	\$ 288,00	0,421%	44,051%	7,840%	A	
Tubo de desague 4" RIVAL	121	\$ 38,00	\$ 45,60	\$ 38,00	\$ 45,60	\$ 98,80	\$ 98,80	\$ 129,20	\$ 53,20	\$ 91,20	\$ 114,00	\$ 76,00	\$ 919,60	0,413%	44,465%	7,988%	A	
Alambre de púa 500 Mts. MOTTO rollo	22	\$ 166,40	\$ 124,80	\$ 83,20	\$ 41,60	\$ 124,80	\$ 41,60	\$ 124,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 83,20	\$ 124,80	\$ 915,20	0,411%	44,876%	8,136%	A
clavos galvanizados 2 caja 25kilos	15	\$ 120,00	\$ -	\$ -	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 180,00	\$ 60,00	\$ 900,00	0,405%	45,281%	8,284%	A	
Malla exagonal para pollo 1/2 rollo	9	\$ 100,00	\$ -	\$ 100,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 100,00	\$ -	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 400,00	0,405%	45,685%	8,432%	A	
Cheques verticales de 3"	31	\$ 28,80	\$ 57,60	\$ 28,80	\$ 86,40	\$ 86,40	\$ 57,60	\$ 86,40	\$ 57,60	\$ 86,40	\$ 86,40	\$ 115,20	\$ 892,80	0,401%	46,087%	8,580%	A	
cabo rollo 1/2	9	\$ 192,00	\$ -	\$ 96,00	\$ -	\$ 96,00	\$ -	\$ 96,00	\$ -	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 360,00	0,388%	46,475%	8,728%	A	
malla verde 10 rollo	9	\$ 192,00	\$ -	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ -	\$ 96,00	\$ 192,00	\$ 96,00	\$ -	\$ -	\$ 864,00	0,388%	46,863%	8,876%	A	
valvulas para gas domesticas	145	\$ 84,00	\$ 28,00	\$ 78,40	\$ 117,60	\$ 56,00	\$ 72,80	\$ 78,40	\$ 78,40	\$ 67,20	\$ 67,20	\$ 28,00	\$ 56,00	\$ 812,00	0,365%	47,228%	9,024%	A
Codo Plastigama Rojo 3"	199	\$ 136,00	\$ -	\$ 8,00	\$ 144,00	\$ 136,00	\$ -	\$ -	\$ 8,00	\$ 180,00	\$ 4,00	\$ 180,00	\$ -	\$ 796,00	0,358%	47,586%	9,172%	A
cable rigido 14 rollo	28	\$ 56,00	\$ 84,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 84,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 84,00	\$ 84,00	\$ 784,00	0,352%	47,939%	9,320%	A	
Chapa Travex 700	24	\$ -	\$ 64,00	\$ -	\$ 96,00	\$ 64,00	\$ 32,00	\$ 64,00	\$ 96,00	\$ 128,00	\$ 64,00	\$ 96,00	\$ 64,00	\$ 768,00	0,345%	48,284%	9,467%	A
malla verde 20 rollo	9	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 84,00	\$ 168,00	\$ 84,00	\$ 168,00	\$ -	\$ 252,00	\$ 756,00	0,340%	48,624%	9,615%	A
Tomacorriente Bticino sobrepuesto polarizado	78	\$ 48,00	\$ 57,60	\$ 48,00	\$ 67,20	\$ 57,60	\$ 76,80	\$ 57,60	\$ 67,20	\$ 76,80	\$ 67,20	\$ 57,60	\$ 67,20	\$ 748,80	0,337%	48,960%	9,763%	A
Amoladora DWALT 7"	5	\$ 148,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 148,80	\$ -	\$ -	\$ 148,80	\$ 148,80	\$ -	\$ 148,80	\$ 744,00	0,334%	49,295%	9,911%	A
Codos 3"HG	181	\$ 96,00	\$ -	\$ 32,00	\$ 160,00	\$ 112,00	\$ -	\$ 16,00	\$ -	\$ 92,00	\$ 80,00	\$ 136,00	\$ -	\$ 724,00	0,325%	49,620%	10,059%	A
arnes de seguridad	12	\$ -	\$ 60,00	\$ -	\$ 120,00	\$ 60,00	\$ -	\$ -	\$ 120,00	\$ 60,00	\$ 180,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 720,00	0,324%	49,944%	10,207%	A
clavos galvanizados 21/2 caja 25kilos	12	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ -	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 120,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 720,00	0,324%	50,268%	10,355%	A
Tubo gris 1"	40	\$ 72,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 72,00	\$ 54,00	\$ 36,00	\$ 72,00	\$ 54,00	\$ 36,00	\$ 72,00	\$ 54,00	\$ 90,00	\$ 720,00	0,324%	50,591%	10,503%	A
Combos de 20 libras	19	\$ -	\$ -	\$ 112,80	\$ 112,80	\$ 188,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 75,20	\$ 112,80	\$ 112,80	\$ -	\$ 714,40	0,321%	50,913%	10,651%	A
Palas cuadradas BELLOTA	66	\$ 43,20	\$ -	\$ 324,00	\$ -	\$ -	\$ 108,00	\$ -	\$ -	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ -	\$ 129,60	\$ 712,80	0,320%	51,233%	10,799%	A
Codos 2"HG	247	\$ 86,40	\$ 17,28	\$ 23,04	\$ 169,92	\$ 144,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 97,92	\$ 97,92	\$ 66,24	\$ 8,64	\$ 711,36	0,320%	51,553%	10,947%	A
Sacos de yute blanco	2413	\$ 26,32	\$ 7,00	\$ 42,00	\$ 56,00	\$ 83,44	\$ 70,00	\$ 42,00	\$ 84,00	\$ 56,00	\$ 100,80	\$ 89,60	\$ 18,48	\$ 675,64	0,304%	51,857%	11,095%	A
Chapa gato	56	\$ -	\$ 24,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 60,00	\$ 72,00	\$ 84,00	\$ 60,00	\$ 72,00	\$ 60,00	\$ 96,00	\$ 72,00	\$ 672,00	0,302%	52,159%	11,243%	A
concentrico 2x10 rollo	4	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 336,00	\$ 336,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 672,00	0,302%	52,461%	11,391%	A
Amoladora BOSCH 4"	3	\$ -	\$ -	\$ 216,00	\$ -	\$ -	\$ 216,00	\$ -	\$ -	\$ 216,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 648,00	0,291%	52,752%	11,538%	A
Tanque Plastigama 2500 litros	3	\$ 216,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 432,00	\$ -	\$ -	\$ 648,00	0,291%	53,043%	11,686%	A
Pintura de Esmalte litros	192	\$ 64,00	\$ 38,40	\$ 44,80	\$ 54,40	\$ 54,40	\$ 57,60	\$ 44,80	\$ 38,40	\$ 54,40	\$ 60,80	\$ 64,00	\$ 38,40	\$ 614,40	0,276%	53,320%	11,834%	A
Candados VIRO 60mm	17	\$ -	\$ 36,00	\$ -	\$ 108,00	\$ 144,00	\$ -	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ -	\$ 72,00	\$ -	\$ 36,00	\$ 612,00	0,275%	53,595%	11,982%	A
Alfombra roja (Mts)	19	\$ 96,00	\$ 160,00	\$ 96,00	\$ 64,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 64,00	\$ -	\$ -	\$ 32,00	\$ -	\$ 608,00	0,273%	53,868%	12,130%	A
Codo de desague de 3 x 45 PLASTIGAMA	252	\$ 108,00	\$ -	\$ 14,40	\$ 115,20	\$ 81,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 160,80	\$ 7,20	\$ 110,40	\$ 7,20	\$ 604,80	0,272%	54,140%	12,278%	A
Lámpara simple 1 x 40	50	\$ 48,00	\$ -	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 60,00	\$ 84,00	\$ 96,00	\$ -	\$ 600,00	0,270%	54,410%	12,426%	A
Malla saranda para cocina	5	\$ 240,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 240,00	\$ 120,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 600,00	0,270%	54,679%	12,574%	A
rollo saquillo verde yute	3	\$ -	\$ 200,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 200,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 200,00	\$ -	\$ 600,00	0,270%	54,949%	12,722%	A
cable flexible 14 rollo	19	\$ 62,40	\$ 62,40	\$ 31,20	\$ 62,40	\$ 31,20	\$ 62,40	\$ 62,40	\$ 31,20	\$ 31,20	\$ 62,40	\$ 31,20	\$ 62,40	\$ 592,80	0,266%	55,216%	12,870%	A
Codo reducido 4 a 2 PLASTIGAMA	153	\$ 88,32	\$ -	\$ 23,04	\$ 96,00	\$ 88,32	\$ -	\$ -	\$ 15,36	\$ 134,40	\$ 11,52	\$ 130,56	\$ -	\$ 587,52	0,264%	55,480%	13,018%	A
Alfombra verde (Mts)	18	\$ 64,00	\$ 32,00	\$ 64,00	\$ 96,00	\$ 64,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 64,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 576,00	0,259%	55,739%	13,166%	A
Empaste interior SIKA	60	\$ 96,00	\$ -	\$ 28,80	\$ 57,60	\$ 96,00	\$ -	\$ 28,80	\$ 9,60	\$ 115,20	\$ 57,60	\$ 86,40	\$ -	\$ 576,00	0,259%	55,998%	13,314%	A
rollo manguera para gas reforzada naranja	8	\$ 144,00	\$ -	\$ -	\$ 144,00	\$ -	\$ -	\$ 144,00	\$ -	\$ -	\$ 72,00	\$ -	\$ 72,00	\$ 576,00	0,259%	56,257%	13,462%	A
Sifone normal de 1 1/2	137	\$ 40,00	\$ 20,00	\$ 52,00	\$ 48,00	\$ 52,00	\$ 56,00	\$ 48,00	\$ 40,00	\$ 44,00	\$ 56,00	\$ 48,00	\$ 44,00	\$ 548,00	0,246%	56,503%	13,609%	A
Codo de desague de 3 " PLASTIGAMA	261	\$ 93,60	\$ -	\$ 4,16	\$ 93,60	\$ 52,00	\$ 47,84	\$ -	\$ 2,08	\$ 116,48	\$ 8,32	\$ 120,64	\$ 4,16	\$ 542,88	0,244%	56,747%	13,757%	A
Tanque Plastigama 1100litros	4	\$ 133,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 267,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 133,60	\$ -	\$ 534,40	0,240%	56,987%	13,905%	A
foco ahorrador Silvanya 105w espiral	37	\$ 72,00	\$ -	\$ 28,80	\$ 43,20	\$ 100,80	\$ -	\$ -	\$ 57,60	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 86,40	\$ -	\$ 532,80	0,240%	57,227%	14,053%	A
Amoladora DWALT 4"	6	\$ -	\$ -	\$ 88,00	\$ -	\$ -	\$ 176,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 176,00	\$ 88,00	\$ 528,00	0,237%	57,464%	14,201%	A
Breaker Doble 2x40	55	\$ 28,80	\$ 38,40	\$ 48,00	\$ 57,60	\$ 38,40	\$ 28,80	\$ 38,40	\$ 48,00	\$ 57,60	\$ 48,00	\$ 38,40	\$ 57,60	\$ 528,00	0,237%	57,701%	14,349%	A
Cadena galvanizada 3/8 quintal	6	\$ 88,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 176,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 176,00	\$ 88,00	\$ 528,00	0,237%	57,939%	14,497%	A
Pintura de Latex Litros	365	\$ 36,00	\$ 28,80	\$ 37,44	\$ 37,44	\$ 43,20	\$ 50,40	\$ 48,96	\$ 53,28	\$ 50,40	\$ 53,28	\$ 57,60	\$ 28,80	\$ 525,60	0,236%	58,175%	14,645%	A
foco ahorrador 3u general electric 20w	226	\$ 139,20	\$ -	\$ 34,80	\$ 64,96	\$ 53,36	\$ -	\$ 23,20	\$ 55,68	\$ 62,64	\$ 27,84	\$ 62,64	\$ -	\$ 524,32	0,236%	58,411%	14,793%	A
Codo Plastigama Rojo 2"	218	\$ 108,00	\$ -	\$ 12,00	\$ 86,40	\$ 108,00	\$ -	\$ 7,20	\$ 4,80	\$ 81,60	\$ 7,20	\$ 108,00	\$ -	\$ 523,20	0,235%	58,646%	14,941%	A
foco ahorrador espiral master 75w	56	\$ 46,00	\$ -	\$ 27,60	\$ 82,80	\$ 92,00	\$ -	\$ 36,80	\$ 46,00	\$ 46,00	\$ 55,20	\$ 82,80	\$ -	\$ 515,20	0,232%	58,878%	15,089%	A
Taladro DWALT	7	\$ 72,00	\$ -	\$ -	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ -	\$ 72,00	\$ -	\$ -	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 504,00	0,227%	59,104%	15,237%	A

franela roja rollos	5	\$ 200,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 100,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 200,00	\$ -	\$ 500,00	0,225%	59,329%	15,385%	A
concentrico 3x14 rollo	4	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 124,80	\$ 124,80	\$ -	\$ 124,80	\$ -	\$ -	\$ 124,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 499,20	0,224%	59,553%	15,533%	A
cabo rollo 1"	2	\$ 246,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 246,40	\$ -	\$ 492,80	0,222%	59,775%	15,680%	A
Tube de desague 4" PLASTIGAMA	41	\$ 24,00	\$ 36,00	\$ 24,00	\$ 48,00	\$ 24,00	\$ 36,00	\$ 48,00	\$ 36,00	\$ 48,00	\$ 36,00	\$ 48,00	\$ 36,00	\$ 48,00	\$ 492,00	0,221%	59,996%	15,828%	A
Taladro SILK	17	\$ 86,40	\$ -	\$ 57,60	\$ 28,80	\$ 28,80	\$ 57,60	\$ 28,80	\$ 57,60	\$ 28,80	\$ -	\$ 57,60	\$ 57,60	\$ 489,60	0,220%	60,216%	15,976%	A	
Codo de desague de 2 x 45 PLASTIGAMA	435	\$ 5,60	\$ 6,72	\$ 11,20	\$ 30,24	\$ 53,76	\$ 13,44	\$ 75,04	\$ 75,04	\$ 78,40	\$ 50,40	\$ 75,04	\$ 12,32	\$ 487,20	0,219%	60,435%	16,124%	A	
mascarillas	151	\$ 32,00	\$ 19,20	\$ 44,80	\$ 51,20	\$ 38,40	\$ 44,80	\$ 51,20	\$ 54,40	\$ 38,40	\$ 48,00	\$ 32,00	\$ 28,80	\$ 483,20	0,217%	60,652%	16,272%	A	
Chapa Travex 500	15	\$ -	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 64,00	\$ 32,00	\$ -	\$ 64,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 96,00	\$ 64,00	\$ 32,00	\$ 480,00	0,216%	60,868%	16,420%	A	
clavos galvanizados 3 caja 25kilos	8	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 60,00	\$ 120,00	\$ -	\$ 60,00	\$ -	\$ 120,00	\$ 60,00	\$ -	\$ 60,00	\$ 480,00	0,216%	61,084%	16,568%	A	
Codo de desague 4 x 90 PACIFICO	240	\$ 6,00	\$ 8,00	\$ 6,00	\$ 24,00	\$ 56,00	\$ 8,00	\$ 20,00	\$ 24,00	\$ 134,00	\$ 36,00	\$ 134,00	\$ 24,00	\$ 480,00	0,216%	61,300%	16,716%	A	
Malla electrosoldada 1x2x102 rollo	3	\$ 160,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 320,00	\$ -	\$ -	\$ 480,00	0,216%	61,516%	16,864%	A	
duchas lorenzetty	33	\$ 28,80	\$ -	\$ 43,20	\$ 100,80	\$ 57,60	\$ -	\$ 57,60	\$ -	\$ 57,60	\$ 43,20	\$ 86,40	\$ -	\$ 475,20	0,214%	61,729%	17,012%	A	
rollo manguera jardinera verde estriada	13	\$ 72,00	\$ 36,00	\$ -	\$ -	\$ 72,00	\$ -	\$ -	\$ 144,00	\$ -	\$ -	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 468,00	0,210%	61,940%	17,160%	A	
Breaker Square D 15	86	\$ 38,08	\$ 16,32	\$ 38,08	\$ 32,64	\$ 43,52	\$ 48,96	\$ 43,52	\$ 38,08	\$ 43,52	\$ 38,08	\$ 43,52	\$ 43,52	\$ 467,84	0,210%	62,150%	17,308%	A	
concentrico 2x12 rollo	4	\$ -	\$ -	\$ 115,20	\$ 115,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 230,40	\$ -	\$ 460,80	0,207%	62,357%	17,456%	A
botas amarillas de caucho	48	\$ 38,40	\$ 76,80	\$ 67,20	\$ 48,00	\$ 19,20	\$ 28,80	\$ 19,20	\$ 48,00	\$ 28,80	\$ 19,20	\$ 28,80	\$ 38,40	\$ 460,80	0,207%	62,564%	17,604%	A	
Tube gris 3/4	46	\$ 40,00	\$ 50,00	\$ 40,00	\$ 60,00	\$ 40,00	\$ 20,00	\$ 40,00	\$ 30,00	\$ 40,00	\$ 30,00	\$ 40,00	\$ 30,00	\$ 460,00	0,207%	62,771%	17,751%	A	
Cheques verticales de 2"	25	\$ 18,40	\$ 36,80	\$ -	\$ 36,80	\$ 73,60	\$ 18,40	\$ -	\$ 55,20	\$ 73,60	\$ 55,20	\$ 55,20	\$ 36,80	\$ 460,00	0,207%	62,978%	17,899%	A	
chapa dormitorio cesa	44	\$ 10,40	\$ 31,20	\$ 10,40	\$ 41,60	\$ 52,00	\$ 20,80	\$ 41,60	\$ 52,00	\$ 41,60	\$ 62,40	\$ 52,00	\$ 457,60	\$ 457,60	\$ 457,60	0,206%	63,183%	18,047%	A
rollos plastico strecht 24"	26	\$ 52,80	\$ 52,80	\$ -	\$ -	\$ 52,80	\$ -	\$ 17,60	\$ -	\$ 105,60	\$ 88,00	\$ 70,40	\$ 17,60	\$ 457,60	0,206%	63,389%	18,195%	A	
Pernos cabeza de coco 3/8x4	1397	\$ 32,00	\$ 17,92	\$ 45,76	\$ 49,28	\$ 39,04	\$ 24,32	\$ 46,40	\$ 39,36	\$ 56,32	\$ 39,36	\$ 45,76	\$ 11,52	\$ 447,04	0,201%	63,590%	18,343%	A	
Amoladora SILK 4"	16	\$ 27,20	\$ 54,40	\$ 27,20	\$ 27,20	\$ 54,40	\$ 27,20	\$ 54,40	\$ 27,20	\$ 27,20	\$ 54,40	\$ 27,20	\$ 27,20	\$ 435,20	0,196%	63,786%	18,491%	A	
Cadena galvanizada 1/4 quintal	6	\$ 72,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 72,00	\$ -	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ -	\$ -	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 432,00	0,194%	63,980%	18,639%	A	
Candados Viro 30mm	27	\$ -	\$ 32,00	\$ 48,00	\$ 32,00	\$ 48,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 48,00	\$ 32,00	\$ 48,00	\$ 32,00	\$ 48,00	\$ 432,00	0,194%	64,174%	18,787%	A	
Codo Plastigama Rojo 1 1/2"	216	\$ 90,00	\$ -	\$ 4,00	\$ 52,00	\$ 90,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 92,00	\$ 12,00	\$ 92,00	\$ -	\$ 432,00	0,194%	64,368%	18,935%	A	
Breaker Square D 20	79	\$ 38,08	\$ 32,64	\$ 43,52	\$ 43,52	\$ 38,08	\$ 32,64	\$ 43,52	\$ 32,64	\$ 27,20	\$ 32,64	\$ 38,08	\$ 27,20	\$ 429,76	0,193%	64,562%	19,083%	A	
Pernos cabeza de coco 3/8x 3	1520	\$ 36,96	\$ 12,88	\$ 55,44	\$ 46,20	\$ 38,36	\$ 15,68	\$ 46,20	\$ 35,84	\$ 49,28	\$ 35,56	\$ 36,96	\$ 16,24	\$ 425,60	0,191%	64,753%	19,231%	A	
spray colores	190	\$ 26,88	\$ 31,36	\$ 35,84	\$ 38,08	\$ 38,08	\$ 53,76	\$ 29,12	\$ 33,60	\$ 40,32	\$ 35,84	\$ 40,32	\$ 22,40	\$ 425,60	0,191%	64,944%	19,379%	A	
Codos 1/2 HG	1056	\$ 12,00	\$ 8,00	\$ 11,60	\$ 120,00	\$ 160,00	\$ 24,00	\$ 31,20	\$ 4,00	\$ 12,00	\$ 23,60	\$ 16,00	\$ -	\$ 422,40	0,190%	65,134%	19,527%	A	
tubo fluorescente 40watt	325	\$ 25,60	\$ 19,20	\$ 34,56	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 35,84	\$ 44,80	\$ 43,52	\$ 43,52	\$ 32,00	\$ 43,52	\$ 29,44	\$ 416,00	0,187%	65,321%	19,675%	A	
juego de herrajes fv	46	\$ 52,80	\$ -	\$ 70,40	\$ 70,40	\$ 26,40	\$ -	\$ 35,20	\$ 26,40	\$ 44,00	\$ 35,20	\$ 26,40	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	0,182%	65,503%	19,822%	A
Tube de desague 3" RIVAL	84	\$ 48,00	\$ 14,40	\$ 48,00	\$ 33,60	\$ 43,20	\$ 33,60	\$ 28,80	\$ 33,60	\$ 28,80	\$ 28,80	\$ 28,80	\$ 33,60	\$ 403,20	0,181%	65,684%	19,970%	A	
Carretilla verde	9	\$ -	\$ 44,80	\$ -	\$ -	\$ 44,80	\$ -	\$ 89,60	\$ 89,60	\$ 89,60	\$ -	\$ 44,80	\$ -	\$ 403,20	0,181%	65,866%	20,118%	A	
spray fosforescentes	107	\$ -	\$ -	\$ 3,76	\$ 33,84	\$ 345,92	\$ -	\$ -	\$ 11,28	\$ -	\$ -	\$ 7,52	\$ 402,32	\$ 402,32	\$ 402,32	0,181%	66,047%	20,266%	B
Cadena galvanizada 5/16 quintal	5	\$ -	\$ -	\$ 80,00	\$ -	\$ 80,00	\$ -	\$ 80,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 400,00	0,180%	66,226%	20,414%	B	
chapa dormitorio onix	62	\$ -	\$ 12,80	\$ 19,20	\$ 38,40	\$ 51,20	\$ 19,20	\$ 38,40	\$ 38,40	\$ 44,80	\$ 51,20	\$ 38,40	\$ 44,80	\$ 396,80	0,178%	66,405%	20,562%	B	
Sifone normal de 1 1/4	99	\$ 32,00	\$ 28,00	\$ 36,00	\$ 28,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 28,00	\$ 36,00	\$ 32,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 32,00	\$ 396,00	0,178%	66,583%	20,710%	B	
juego de herrajes edesa	52	\$ 98,80	\$ -	\$ 53,20	\$ 45,60	\$ 45,60	\$ -	\$ 38,00	\$ 30,40	\$ 45,60	\$ 38,00	\$ -	\$ -	\$ 395,20	0,178%	66,760%	20,858%	B	
Banda 2" para remolque	17	\$ 46,40	\$ -	\$ 46,40	\$ -	\$ 69,60	\$ -	\$ 46,40	\$ -	\$ 69,60	\$ 116,00	\$ -	\$ -	\$ 394,40	0,177%	66,938%	21,006%	B	
Breaker Doble 2x16	41	\$ 28,80	\$ 38,40	\$ 28,80	\$ 38,40	\$ 48,00	\$ 38,40	\$ 38,40	\$ 28,80	\$ 38,40	\$ 19,20	\$ 19,20	\$ 28,80	\$ 393,60	0,177%	67,115%	21,154%	B	
Codo de desagua de 4 x 90 PLASTIGAMA	132	\$ 5,92	\$ 8,88	\$ 2,96	\$ 26,64	\$ 29,60	\$ 14,80	\$ 47,36	\$ 38,48	\$ 53,28	\$ 50,32	\$ 68,08	\$ 44,40	\$ 390,72	0,176%	67,290%	21,302%	B	
Cheques verticales de 1/2	75	\$ 20,80	\$ 10,40	\$ 20,80	\$ 62,40	\$ 36,40	\$ 36,40	\$ 62,40	\$ 31,20	\$ 52,00	\$ 20,80	\$ 15,60	\$ 20,80	\$ 390,00	0,175%	67,466%	21,450%	B	
Balanza	23	\$ 50,40	\$ -	\$ 33,60	\$ -	\$ 67,20	\$ -	\$ 50,40	\$ 50,40	\$ 33,60	\$ 16,80	\$ 50,40	\$ 33,60	\$ 386,40	0,174%	67,639%	21,598%	B	
rachet 1/2	32	\$ 24,00	\$ 36,00	\$ 24,00	\$ 48,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 24,00	\$ 384,00	0,173%	67,812%	21,746%	B	
rollo manguera jardinera transparente lisa	8	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 144,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 96,00	\$ -	\$ 96,00	\$ 48,00	\$ 384,00	0,173%	67,985%	21,893%	B	
Breaker Square D 30	70	\$ 38,08	\$ 16,32	\$ 38,08	\$ 27,20	\$ 21,76	\$ 38,08	\$ 32,64	\$ 27,20	\$ 43,52	\$ 27,20	\$ 32,64	\$ 38,08	\$ 380,80	0,171%	68,156%	22,041%	B	
pernos cabeza de coco 5/16x1 1/2	2253	\$ 77,28	\$ 11,26	\$ 29,57	\$ 20,83	\$ 20,66	\$ 12,77	\$ 42,67	\$ 35,78	\$ 39,65	\$ 39,31	\$ 41,16	\$ 7,56	\$ 378,50	0,170%	68,326%	22,189%	B	
silicon cartuchos transparente	118	\$ 6,40	\$ 12,80	\$ 12,80	\$ 19,20	\$ 12,80	\$ 38,40	\$ 54,40	\$ 54,40	\$ 38,40	\$ 44,80	\$ 44,80	\$ 38,40	\$ 377,60	0,170%	68,496%	22,337%	B	
Candado barril wuzzy 50mm	117	\$ -	\$ 12,80	\$ 6,40	\$ 19,20	\$ 32,00	\$ 12,80	\$ 41,60	\$ 80,00	\$ 51,20	\$ 32,00	\$ 54,40	\$ 32,00	\$ 374,40	0,168%	68,664%	22,485%	B	
Universal 1/2	307	\$ 36,00	\$ 30,00	\$ 42,00	\$ 40,80	\$ 38,40	\$ 27,60	\$ 30,00	\$ 27,60	\$ 27,60	\$ 27,60	\$ 27,60	\$ 13,20	\$ 368,40	0,166%	68,830%	22,633%	B	
Codo de desague de 2 x 45 PACIFICO	459	\$ 9,60	\$ 4,80	\$ 4,00	\$ 24,00	\$ 55,20	\$ 15,20	\$ 38,40	\$ 36,00	\$ 53,60	\$ 53,60	\$ 62,40	\$ 10,40	\$ 367,20	0,165%	68,995%	22,781%	B	
Cheques verticales de 1"	35	\$ 20,80	\$ 31,20	\$ 41,60	\$ 31,20	\$ 20,80	\$ 41,60	\$ 31,20	\$ 41,60	\$ 20,80	\$ 31,20	\$ 20,80	\$ 31,20	\$ 364,00	0,164%	69,158%	22,929%	B	
Sifon 2" RIVAL	140	\$ 26,00	\$ 31,20	\$ 36,40	\$ 31,20	\$ 26,00	\$ 28,60	\$ 33,80	\$ 36,40	\$ 23,40	\$ 31,20	\$ 28,60	\$ 31,20	\$ 364,00	0,164%	69,322%	23,077%	B	
cinta aislante 3M 20 yardas	454	\$ 40,00	\$ 12,00	\$ 28,80	\$ 32,00	\$ 48,00	\$ 31,20	\$ 27,20	\$ 28,80	\$ 30,40	\$ 29,60	\$ 31,20	\$ 24,00	\$ 363,20	0,163%	69,485%	23,225%	B	
ruedas giratoria 200 mm	45	\$ 8,00	\$ 24,00	\$ 40,00	\$ 32,00	\$ 40,00	\$ 48,00	\$ 24,00	\$ 32,00	\$ 24,00	\$ 32,00	\$ 24,00	\$ 32,00	\$ 360,00	0,162%	69,647%	23,373%	B	
Pernos cabeza de coco 5/16x3	1856	\$ 18,43	\$ 17,28	\$ 44,16	\$ 57,60	\$ 38,40	\$ 19,20	\$ 23,62	\$ 44,74	\$ 19,20	\$ 38,40	\$ 23,04	\$ 12,29	\$ 365,36	0,160%	69,807%	23,521%	B	
Interruptor simple triguey simple Bticino	37	\$ 38,40	\$ -	\$ 28,80	\$ 38,40	\$ 28,80	\$ -	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 57,60	\$ 67,20	\$ -	\$ -	\$ 355,20	0,160%	69,967%	23,669%	B	

Llave de pico edesa	74	\$ 48,00	\$ 14,40	\$ 43,20	\$ 38,40	\$ 33,60	\$ 14,40	\$ 24,00	\$ 19,20	\$ 28,80	\$ 38,40	\$ 43,20	\$ 9,60	\$ 365,20	0,160%	70,127%	23,817%	B
rollo manguera para gas azul sencilla	11	\$ 64,00	\$ -	\$ -	\$ 64,00	\$ -	\$ -	\$ 96,00	\$ -	\$ -	\$ 64,00	\$ -	\$ 64,00	\$ 352,00	0,158%	70,285%	23,964%	B
clavo para cemento 2 1/2"	93	\$ -	\$ 11,28	\$ 7,52	\$ 45,12	\$ 37,60	\$ 15,04	\$ 45,12	\$ 45,12	\$ 37,60	\$ 45,12	\$ 37,60	\$ 22,56	\$ 349,68	0,157%	70,442%	24,112%	B
pilas 2A	109	\$ 19,20	\$ 9,60	\$ 38,40	\$ 41,60	\$ 38,40	\$ 35,20	\$ 32,00	\$ 38,40	\$ 28,80	\$ 25,60	\$ 22,40	\$ 19,20	\$ 348,80	0,157%	70,599%	24,260%	B
Flexometro Stanley 3metros	72	\$ 24,00	\$ -	\$ 28,80	\$ 57,60	\$ 57,60	\$ -	\$ 48,00	\$ 28,80	\$ 24,00	\$ 19,20	\$ 57,60	\$ -	\$ 345,60	0,155%	70,754%	24,408%	B
Llave de paso de 1/2 fv	61	\$ 67,20	\$ 11,20	\$ 16,80	\$ 28,00	\$ 39,20	\$ 16,80	\$ 33,60	\$ 28,00	\$ 22,40	\$ 28,00	\$ 44,80	\$ 5,60	\$ 341,60	0,154%	70,908%	24,556%	B
Codos 1 1/4" HG	169	\$ 26,00	\$ -	\$ 8,00	\$ 52,00	\$ 100,00	\$ -	\$ -	\$ 8,00	\$ 68,00	\$ 8,00	\$ 68,00	\$ -	\$ 338,00	0,152%	71,060%	24,704%	B
Pernos cabeza de coco 3/8x2	1690	\$ 29,00	\$ 11,20	\$ 28,40	\$ 29,00	\$ 37,40	\$ 9,00	\$ 25,20	\$ 53,00	\$ 47,00	\$ 33,00	\$ 24,60	\$ 11,20	\$ 338,00	0,152%	71,212%	24,852%	B
rollo manguera para gas reforzada celeste	6	\$ -	\$ 56,00	\$ -	\$ -	\$ 112,00	\$ -	\$ -	\$ 56,00	\$ -	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ -	\$ 336,00	0,151%	71,363%	25,000%	B
Codo de desague 4 x 45 RIVAL	119	\$ 8,40	\$ 8,40	\$ 14,00	\$ 42,00	\$ 16,80	\$ 28,00	\$ 50,40	\$ 39,20	\$ 39,20	\$ 22,40	\$ 42,00	\$ 22,40	\$ 333,20	0,150%	71,513%	25,148%	B
Pernos cabeza de coco 3/8x21/2	1384	\$ 34,80	\$ 13,68	\$ 34,80	\$ 32,16	\$ 30,48	\$ 15,60	\$ 29,52	\$ 34,32	\$ 29,52	\$ 36,72	\$ 29,52	\$ 11,04	\$ 332,16	0,149%	71,662%	25,296%	B
Codo de desagua de 4 x 90 RIVAL	154	\$ 6,43	\$ 8,58	\$ 6,43	\$ 27,87	\$ 49,31	\$ 19,30	\$ 25,73	\$ 34,30	\$ 27,87	\$ 38,59	\$ 42,88	\$ -	\$ 330,18	0,148%	71,810%	25,444%	B
cinturon seguridad	10	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 98,40	\$ -	\$ -	\$ 65,60	\$ -	\$ 131,20	\$ -	\$ -	\$ 32,80	\$ 328,00	0,147%	71,958%	25,592%	B
Breaker Doble 2x30	34	\$ 28,80	\$ 19,20	\$ 38,40	\$ 28,80	\$ 19,20	\$ 48,00	\$ 19,20	\$ 28,80	\$ 19,20	\$ 28,80	\$ 19,20	\$ 28,80	\$ 326,40	0,147%	72,104%	25,740%	B
Codo de desague de 2" RIVAL	406	\$ 8,00	\$ 4,80	\$ 29,60	\$ 19,20	\$ 48,00	\$ 12,80	\$ 40,00	\$ 28,00	\$ 38,40	\$ 24,00	\$ 62,40	\$ 9,60	\$ 324,80	0,146%	72,251%	25,888%	B
Chapa VIRO 70mm	7	\$ 92,80	\$ -	\$ -	\$ 46,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 46,40	\$ -	\$ 46,40	\$ 92,80	\$ -	\$ 324,80	0,146%	72,397%	26,036%	B
Malla para tumbado	4	\$ 160,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 160,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 320,00	0,144%	72,540%	26,183%	B
Codos 1" HG	222	\$ 28,80	\$ -	\$ 1,44	\$ 43,20	\$ 97,92	\$ -	\$ 4,32	\$ 7,20	\$ 51,84	\$ 48,96	\$ 36,00	\$ -	\$ 319,68	0,144%	72,684%	26,331%	B
llave para tubo 18"	18	\$ 35,20	\$ 52,80	\$ 17,60	\$ 17,60	\$ 35,20	\$ 17,60	\$ 35,20	\$ 17,60	\$ 17,60	\$ 316,80	\$ 17,60	\$ 35,20	\$ 316,80	0,142%	72,827%	26,479%	B
Breaker Doble 2x20	33	\$ 19,20	\$ 28,80	\$ 19,20	\$ 28,80	\$ 19,20	\$ 38,40	\$ 19,20	\$ 28,80	\$ 19,20	\$ 28,80	\$ 38,40	\$ 28,80	\$ 316,80	0,142%	72,969%	26,627%	B
Tomacorriente doble BOSSI	196	\$ 36,80	\$ 19,20	\$ 36,80	\$ 41,60	\$ 19,20	\$ 20,80	\$ 22,40	\$ 25,60	\$ 36,80	\$ 19,20	\$ 20,80	\$ 14,40	\$ 313,60	0,141%	73,110%	26,775%	B
Llave de paso de 1/2 edesa	65	\$ 57,60	\$ 24,00	\$ 19,20	\$ 28,80	\$ 28,80	\$ 9,60	\$ 14,40	\$ 19,20	\$ 38,40	\$ 24,00	\$ 43,20	\$ 4,80	\$ 312,00	0,140%	73,250%	26,923%	B
saco de cal	25	\$ 12,48	\$ -	\$ 49,92	\$ -	\$ -	\$ 37,44	\$ 124,80	\$ 49,92	\$ -	\$ -	\$ 24,96	\$ 12,48	\$ 312,00	0,140%	73,390%	27,071%	B
Tanque chanco 500 lts. PLASTIGAMA	3	\$ -	\$ 104,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 104,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 104,00	\$ 312,00	0,140%	73,531%	27,219%	B
Clavos para madera 2" Caja	10	\$ -	\$ -	\$ 31,20	\$ 31,20	\$ 31,20	\$ 31,20	\$ 31,20	\$ 31,20	\$ 31,20	\$ 31,20	\$ 31,20	\$ 31,20	\$ 312,00	0,140%	73,671%	27,367%	B
Tanque de presión (40 GAL)	4	\$ -	\$ 77,60	\$ -	\$ -	\$ 77,60	\$ 77,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 77,60	\$ 310,40	0,140%	73,810%	27,515%	B
Chapa Viro 40mm	7	\$ 44,00	\$ 132,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 44,00	\$ -	\$ -	\$ 44,00	\$ -	\$ -	\$ 44,00	\$ 308,00	0,138%	73,949%	27,663%	B
Combo 4 libras	32	\$ 19,20	\$ -	\$ 19,20	\$ 19,20	\$ 38,40	\$ 28,80	\$ 28,80	\$ -	\$ 48,00	\$ 57,60	\$ 48,00	\$ -	\$ 307,20	0,138%	74,087%	27,811%	B
transformador 4x32	18	\$ 33,60	\$ -	\$ 50,40	\$ 16,80	\$ 50,40	\$ 16,80	\$ 16,80	\$ 33,60	\$ 16,80	\$ 16,80	\$ 33,60	\$ 33,60	\$ 302,40	0,136%	74,223%	27,959%	B
Empaste exterior DISMA	18	\$ 50,40	\$ -	\$ 33,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 84,00	\$ 84,00	\$ 50,40	\$ -	\$ 302,40	0,136%	74,359%	28,107%	B
Carretilla TRUPPER	5	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 120,00	\$ -	\$ -	\$ 120,00	\$ 60,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 300,00	0,135%	74,494%	28,254%	B
clavos galvanizados 4 caja 25 kilos	5	\$ -	\$ 60,00	\$ -	\$ 60,00	\$ -	\$ -	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 300,00	0,135%	74,629%	28,402%	B
Bondex Premiun	24	\$ 24,80	\$ 37,20	\$ 24,80	\$ 12,40	\$ 37,20	\$ 24,80	\$ 24,80	\$ 37,20	\$ 24,80	\$ 12,40	\$ 24,80	\$ 12,40	\$ 297,60	0,134%	74,762%	28,550%	B
Tubo de desague 6" RIVAL	19	\$ 31,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 46,80	\$ -	\$ -	\$ 109,20	\$ 62,40	\$ -	\$ -	\$ 46,80	\$ 296,40	0,133%	74,896%	28,698%	B
Alicates Stanley 8"	37	\$ 40,00	\$ 48,00	\$ 32,00	\$ 24,00	\$ 16,00	\$ 40,00	\$ 24,00	\$ -	\$ 24,00	\$ 16,00	\$ 8,00	\$ 24,00	\$ 296,00	0,133%	75,029%	28,846%	B
Sifone de acordeón de 1 1/4	122	\$ 24,00	\$ 21,60	\$ 19,20	\$ 21,60	\$ 16,80	\$ 19,20	\$ 24,00	\$ 26,40	\$ 28,80	\$ 28,80	\$ 33,60	\$ 28,80	\$ 292,80	0,132%	75,160%	28,994%	B
piola de algodón grande	122	\$ 14,40	\$ 21,60	\$ 19,20	\$ 21,60	\$ 16,80	\$ 21,60	\$ 19,20	\$ 24,00	\$ 26,40	\$ 31,20	\$ 33,60	\$ 43,20	\$ 292,80	0,132%	75,292%	29,142%	B
Tubo de desague 2" PLASTIGAMA	61	\$ 28,80	\$ 24,00	\$ 28,80	\$ 24,00	\$ 19,20	\$ 33,60	\$ 19,20	\$ 33,60	\$ 19,20	\$ 24,00	\$ 19,20	\$ 19,20	\$ 292,80	0,132%	75,424%	29,290%	B
Breaker general electric 40A	81	\$ 28,80	\$ 21,60	\$ 25,20	\$ 21,60	\$ 32,40	\$ 28,80	\$ 25,20	\$ 21,60	\$ 25,20	\$ 21,60	\$ 21,60	\$ 18,00	\$ 291,60	0,131%	75,555%	29,438%	B
Breaker general electric 15A	80	\$ 25,20	\$ 21,60	\$ 28,80	\$ 25,20	\$ 21,60	\$ 32,40	\$ 28,80	\$ 25,20	\$ 21,60	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 21,60	\$ 288,00	0,129%	75,684%	29,586%	B
malla fibra de vidrio 1mt rollo	4	\$ 72,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ -	\$ -	\$ 288,00	0,129%	75,814%	29,734%	B
Taladro skyl 1/2	4	\$ -	\$ -	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 72,00	\$ -	\$ -	\$ 72,00	\$ -	\$ 288,00	0,129%	75,943%	29,882%	B
Pernos cabeza de coco 5/16x21/2	1559	\$ 28,89	\$ 12,70	\$ 22,63	\$ 28,34	\$ 22,63	\$ 16,56	\$ 30,36	\$ 30,36	\$ 28,34	\$ 31,10	\$ 22,63	\$ 12,33	\$ 286,86	0,129%	76,072%	30,030%	B
maskin 2"	143	\$ 32,00	\$ 12,00	\$ 20,00	\$ 24,00	\$ 26,00	\$ 24,00	\$ 28,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 286,00	0,129%	76,201%	30,178%	B
Bondex	42	\$ 20,40	\$ 27,20	\$ 13,60	\$ 27,20	\$ 20,40	\$ 13,60	\$ 27,20	\$ 27,20	\$ 20,40	\$ 40,80	\$ 27,20	\$ 20,40	\$ 285,60	0,128%	76,329%	30,325%	B
Codo Plastigama Rojo 1"	177	\$ -	\$ -	\$ 14,40	\$ 54,40	\$ 72,00	\$ -	\$ 3,20	\$ -	\$ 57,60	\$ 8,00	\$ 73,60	\$ -	\$ 283,20	0,127%	76,456%	30,473%	B
Plancha Traslucida de 12 pies	16	\$ 105,60	\$ -	\$ 52,80	\$ -	\$ -	\$ 52,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 35,20	\$ -	\$ 35,20	\$ 281,60	0,127%	76,583%	30,621%	B
Clavos para madera 3" Caja	9	\$ -	\$ 31,20	\$ -	\$ -	\$ 31,20	\$ 31,20	\$ 31,20	\$ 31,20	\$ 31,20	\$ 31,20	\$ 31,20	\$ 280,80	0,126%	76,709%	30,769%	B	
cable utp cat6	5	\$ 56,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 56,00	\$ -	\$ 56,00	\$ -	\$ -	\$ 56,00	\$ -	\$ 56,00	\$ 280,00	0,126%	76,835%	30,917%	B
sapos edesa	233	\$ 18,00	\$ 14,40	\$ 27,60	\$ 28,80	\$ 21,60	\$ 14,40	\$ 20,40	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 27,60	\$ 27,60	\$ 27,60	\$ 279,60	0,126%	76,961%	31,065%	B
Silicon uv3	63	\$ 26,40	\$ 26,40	\$ 22,00	\$ 26,40	\$ 17,60	\$ 30,80	\$ 17,60	\$ 13,20	\$ 26,40	\$ 17,60	\$ 22,00	\$ 30,80	\$ 277,20	0,125%	77,085%	31,213%	B
Riel 180cm blanco	23	\$ 24,00	\$ 36,00	\$ 24,00	\$ 12,00	\$ 24,00	\$ 36,00	\$ 12,00	\$ 24,00	\$ 12,00	\$ 24,00	\$ 12,00	\$ 36,00	\$ 276,00	0,124%	77,209%	31,361%	B
Tanque de presión (20 GAL)	5	\$ -	\$ 55,20	\$ -	\$ -	\$ 55,20	\$ -	\$ 55,20	\$ -	\$ -	\$ 55,20	\$ 55,20	\$ -	\$ 276,00	0,124%	77,334%	31,509%	B
galones desoxidantes	34	\$ 24,00	\$ -	\$ 24,00	\$ 72,00	\$ 24,00	\$ -	\$ -	\$ 16,00	\$ -	\$ 96,00	\$ 16,00	\$ -	\$ 272,00	0,122%	77,456%	31,657%	B
Breaker general electric 20A	75	\$ 21,60	\$ 18,00	\$ 25,20	\$ 21,60	\$ 28,80	\$ 21,60	\$ 18,00	\$ 28,80	\$ 25,20	\$ 21,60	\$ 18,00	\$ 21,60	\$ 270,00	0,121%	77,577%	31,805%	B
uhu silicon	75	\$ 7,20	\$ 10,80	\$ 18,00	\$ 21,60	\$ 14,40	\$ 25,20	\$ 18,00	\$ 28,80	\$ 25,20	\$ 28,80	\$ 43,20	\$ 28,80	\$ 270,00	0,121%	77,699%	31,953%	B
Blanquilla 1000cc	42	\$ 19,20	\$ 25,60	\$ 19,20	\$ 25,60	\$ 19,20	\$ 25,60	\$ 19,20	\$ 25,60	\$ 19,20	\$ 25,60	\$ 19,20	\$ 25,60	\$ 268,80	0,121%	77,819%	32,101%	B

rejilla de 2" fv	56	\$ 28,80	\$ 24,00	\$ 19,20	\$ 14,40	\$ 28,80	\$ 19,20	\$ 14,40	\$ 28,80	\$ 33,60	\$ 24,00	\$ 19,20	\$ 14,40	\$ 268,80	0.121%	77.940%	32.249%	B
ruedas giratoria 160mm	48	\$ -	\$ 11,20	\$ 22,40	\$ 28,00	\$ 16,80	\$ 28,00	\$ 22,40	\$ 33,60	\$ 22,40	\$ 28,00	\$ 33,60	\$ 22,40	\$ 268,80	0.121%	78.061%	32.396%	B
Pernos cabeza de coco 5/16x2	1522	\$ 29,57	\$ 13,73	\$ 31,68	\$ 23,58	\$ 23,94	\$ 12,14	\$ 25,52	\$ 21,65	\$ 25,52	\$ 23,23	\$ 27,46	\$ 9,86	\$ 267,87	0.120%	78.182%	32.544%	B
clavo para cemento 3"	71	\$ 11,28	\$ 22,56	\$ 3,76	\$ 33,84	\$ 37,60	\$ 22,56	\$ 18,80	\$ 26,32	\$ 26,32	\$ 22,56	\$ 18,80	\$ 22,56	\$ 266,96	0.120%	78.302%	32.692%	B
Riel 120cm blanco	33	\$ 24,00	\$ 16,00	\$ 24,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 32,00	\$ 24,00	\$ 16,00	\$ 24,00	\$ 16,00	\$ 32,00	\$ 24,00	\$ 264,00	0.119%	78.420%	32.840%	B
clavo para cemento 2"	70	\$ 7,52	\$ 15,04	\$ -	\$ 11,28	\$ 22,56	\$ 11,28	\$ 26,32	\$ 37,60	\$ 63,92	\$ 26,32	\$ 30,08	\$ 11,28	\$ 263,20	0.118%	78.539%	32.988%	B
extintor 5 lbs	12	\$ -	\$ -	\$ 43,20	\$ 64,80	\$ -	\$ -	\$ 21,60	\$ -	\$ -	\$ 64,80	\$ 64,80	\$ -	\$ 259,20	0.117%	78.655%	33.136%	B
Breaker general electric 30A	72	\$ 25,20	\$ 10,80	\$ 21,60	\$ 25,20	\$ 21,60	\$ 28,80	\$ 21,60	\$ 25,20	\$ 21,60	\$ 18,00	\$ 21,60	\$ 18,00	\$ 259,20	0.117%	78.772%	33.284%	B
cintga aislante 3M 10 yardas	648	\$ 8,00	\$ 6,00	\$ 8,00	\$ 24,00	\$ 48,00	\$ 4,80	\$ 32,00	\$ 35,60	\$ 31,60	\$ 27,60	\$ 20,00	\$ 13,60	\$ 259,20	0.117%	78.888%	33.432%	B
Interruptor Bticino Triple	27	\$ 28,80	\$ -	\$ 19,20	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ -	\$ 19,20	\$ 28,80	\$ 38,40	\$ 28,80	\$ -	\$ -	\$ 259,20	0.117%	79.005%	33.580%	B
Remachadora Stanley	28	\$ 18,40	\$ 27,60	\$ 18,40	\$ 36,80	\$ 18,40	\$ 9,20	\$ 9,20	\$ 27,60	\$ 18,40	\$ 27,60	\$ 18,40	\$ 27,60	\$ 257,60	0.116%	79.120%	33.728%	B
caja de breaker 8h	8	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ -	\$ 64,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ -	\$ 64,00	\$ -	\$ 256,00	0.115%	79.236%	33.876%	B
kalipega 1000cc	20	\$ -	\$ -	\$ 38,40	\$ 51,20	\$ 38,40	\$ -	\$ 64,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 64,00	\$ -	\$ 256,00	0.115%	79.351%	34.024%	B
pilas tripleA	79	\$ 32,00	\$ -	\$ 28,80	\$ 22,40	\$ 25,60	\$ 22,40	\$ 19,20	\$ 22,40	\$ 12,80	\$ 19,20	\$ 25,60	\$ 22,40	\$ 252,80	0.114%	79.464%	34.172%	B
juego de herrajes american home	35	\$ 28,80	\$ -	\$ 36,00	\$ 57,60	\$ 36,00	\$ -	\$ 28,80	\$ -	\$ -	\$ 28,80	\$ 36,00	\$ -	\$ 252,00	0.113%	79.578%	34.320%	B
Llave boca y corona Stanley 33	15	\$ 33,60	\$ -	\$ -	\$ 67,20	\$ -	\$ 50,40	\$ 100,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 252,00	0.113%	79.691%	34.467%	B
Chequas horizontales de 1/2	63	\$ 8,00	\$ 16,00	\$ 8,00	\$ 20,00	\$ 12,00	\$ 20,00	\$ 24,00	\$ 20,00	\$ 16,00	\$ 52,00	\$ 40,00	\$ 16,00	\$ 252,00	0.113%	79.804%	34.615%	B
Cono de Seguridad de 50 cms.	21	\$ 24,00	\$ -	\$ 12,00	\$ 36,00	\$ 48,00	\$ -	\$ -	\$ 12,00	\$ 72,00	\$ 12,00	\$ 36,00	\$ -	\$ 252,00	0.113%	79.917%	34.763%	B
T de desague de 4 x 3 PLASTIGAMA	57	\$ 22,00	\$ 13,20	\$ 30,80	\$ 35,20	\$ 22,00	\$ 30,80	\$ 17,60	\$ 26,40	\$ 13,20	\$ 17,60	\$ 8,80	\$ 13,20	\$ 250,80	0.113%	80.030%	34.911%	B
discos desbaste 4 1/2	78	\$ 28,80	\$ -	\$ 12,80	\$ 22,40	\$ 41,60	\$ -	\$ 28,80	\$ -	\$ 51,20	\$ 12,80	\$ 51,20	\$ -	\$ 249,60	0.112%	80.142%	35.059%	B
Martillo Stanley	48	\$ 10,40	\$ 20,80	\$ 5,20	\$ 20,80	\$ 20,80	\$ 10,40	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 31,20	\$ 249,60	0.112%	80.255%	35.207%	B
piola para trompoi grande	78	\$ 19,20	\$ 22,40	\$ 22,40	\$ 19,20	\$ 16,00	\$ 22,40	\$ 16,00	\$ 25,60	\$ 22,40	\$ 28,80	\$ 16,00	\$ 19,20	\$ 249,60	0.112%	80.367%	35.355%	B
discos desbaste 7	78	\$ 9,60	\$ -	\$ 12,80	\$ 25,60	\$ 44,80	\$ -	\$ 25,60	\$ 3,20	\$ 54,40	\$ 25,60	\$ 48,00	\$ -	\$ 249,60	0.112%	80.479%	35.503%	B
aceite motoguadña 500 cc.	62	\$ -	\$ -	\$ 80,00	\$ -	\$ -	\$ 96,00	\$ -	\$ -	\$ 48,00	\$ -	\$ -	\$ 24,00	\$ 248,00	0.111%	80.590%	35.651%	B
pilas 9v	77	\$ 16,00	\$ -	\$ 22,40	\$ 19,20	\$ 25,60	\$ 16,00	\$ 22,40	\$ 28,80	\$ 22,40	\$ 25,60	\$ 22,40	\$ 25,60	\$ 246,40	0.111%	80.701%	35.799%	B
Boquilla baquelita VOLTECH	511	\$ 24,00	\$ 9,60	\$ 21,60	\$ 24,00	\$ 32,64	\$ 24,00	\$ 27,36	\$ 25,92	\$ 16,32	\$ 16,32	\$ 16,32	\$ 7,20	\$ 245,28	0.110%	80.811%	35.947%	B
Grillete para cadena 1"	34	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 43,20	\$ 43,20	\$ 57,60	\$ 43,20	\$ 57,60	\$ -	\$ 244,80	0.110%	80.922%	36.095%	B
Clavos para madera 2 1/2" Caja	8	\$ -	\$ 30,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 30,40	\$ 30,40	\$ 30,40	\$ 30,40	\$ 30,40	\$ 30,40	\$ 30,40	\$ 243,20	0.109%	81.031%	36.243%	B
Cajetin rectangular PLASTIGAMA	402	\$ -	\$ 12,00	\$ 9,00	\$ 24,00	\$ 42,00	\$ 16,20	\$ 28,20	\$ 21,00	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 13,80	\$ 21,00	\$ 241,20	0.108%	81.139%	36.391%	B
Malla electrosoldada 1x2x76 rollo	2	\$ 120,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 120,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 240,00	0.108%	81.247%	36.538%	B
Palas redondas BELLOTA	25	\$ 28,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 48,00	\$ -	\$ -	\$ 48,00	\$ 67,20	\$ 48,00	\$ 240,00	0.108%	81.355%	36.686%	B
Plástico color amarillo 1 mt. Rollo	3	\$ -	\$ -	\$ 80,00	\$ -	\$ -	\$ 80,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 80,00	\$ -	\$ -	\$ 240,00	0.108%	81.463%	36.834%	B
sello rojo	164	\$ 28,80	\$ 5,76	\$ 21,60	\$ 20,16	\$ 14,40	\$ 17,28	\$ 23,04	\$ 21,60	\$ 34,56	\$ 17,28	\$ 17,28	\$ 14,40	\$ 236,16	0.106%	81.569%	36.982%	B
plumon	56	\$ 50,40	\$ 25,20	\$ 16,80	\$ 12,60	\$ 21,00	\$ 16,80	\$ 12,60	\$ 16,80	\$ 12,60	\$ 12,60	\$ 16,80	\$ 21,00	\$ 235,20	0.106%	81.675%	37.130%	B
Tubo de luz 1/2	293	\$ 20,00	\$ 12,00	\$ 20,80	\$ 27,20	\$ 20,00	\$ 19,20	\$ 20,00	\$ 19,20	\$ 19,20	\$ 20,80	\$ 20,00	\$ 16,00	\$ 234,40	0.105%	81.780%	37.278%	B
Codo de desague de 2" x 90 PLASTIGAMA	209	\$ -	\$ -	\$ 2,24	\$ 39,20	\$ 22,40	\$ 25,76	\$ -	\$ -	\$ 75,04	\$ 3,36	\$ 62,72	\$ 3,36	\$ 234,08	0.105%	81.885%	37.426%	B
clavo para cemento 1 1/2"	62	\$ -	\$ 15,04	\$ 11,28	\$ 22,56	\$ 26,32	\$ 22,56	\$ 18,80	\$ 33,84	\$ 45,12	\$ 15,04	\$ 11,28	\$ 11,28	\$ 233,12	0.105%	81.990%	37.574%	B
boquillas loza roseton	288	\$ 19,20	\$ 20,00	\$ 18,40	\$ 18,40	\$ 19,20	\$ 18,40	\$ 18,40	\$ 20,80	\$ 20,00	\$ 18,40	\$ 27,20	\$ 12,00	\$ 230,40	0.104%	82.094%	37.722%	B
Empaste galon	24	\$ 38,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 48,00	\$ -	\$ 48,00	\$ -	\$ -	\$ 38,40	\$ 57,60	\$ -	\$ 230,40	0.104%	82.197%	37.870%	B
valulas para gas industrial	64	\$ 36,00	\$ 14,40	\$ 10,80	\$ 32,40	\$ 14,40	\$ 21,60	\$ 14,40	\$ 21,60	\$ 10,80	\$ 21,60	\$ 14,40	\$ 18,00	\$ 230,40	0.104%	82.301%	38.018%	B
Cono de Seguridad de 80 cms.	13	\$ 52,80	\$ -	\$ 35,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 17,60	\$ -	\$ -	\$ 70,40	\$ 52,80	\$ -	\$ 228,80	0.103%	82.404%	38.166%	B
Pernos cabeza de coco 1/4x4"	1896	\$ 14,88	\$ 9,36	\$ 21,12	\$ 16,08	\$ 15,24	\$ 7,92	\$ 15,36	\$ 31,80	\$ 28,08	\$ 27,72	\$ 30,48	\$ 9,48	\$ 227,52	0.102%	82.506%	38.314%	B
machetes bellota	63	\$ 18,00	\$ 21,60	\$ 32,40	\$ 25,20	\$ 21,60	\$ 7,20	\$ 14,40	\$ 21,60	\$ 18,00	\$ 21,60	\$ 18,00	\$ 7,20	\$ 226,80	0.102%	82.608%	38.462%	B
cable utp cat 5	4	\$ 56,00	\$ -	\$ 56,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 56,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 56,00	\$ 224,00	0.101%	82.709%	38.609%	B
Y de desague de 4 a 2 PLASTIGAMA	62	\$ 3,60	\$ -	\$ 10,80	\$ 82,80	\$ -	\$ 10,80	\$ -	\$ -	\$ 82,80	\$ 7,20	\$ 18,00	\$ 7,20	\$ 223,20	0.100%	82.809%	38.757%	B
Codos 1 1/2" HG	120	\$ -	\$ -	\$ 3,68	\$ 42,32	\$ 27,60	\$ -	\$ 3,68	\$ 9,20	\$ 62,56	\$ 9,20	\$ 62,56	\$ -	\$ 220,80	0.099%	82.908%	38.905%	B
llave boca y corona 1 5/16	23	\$ 9,60	\$ -	\$ -	\$ 76,80	\$ -	\$ -	\$ 28,80	\$ -	\$ 86,40	\$ -	\$ -	\$ 19,20	\$ 220,80	0.099%	83.008%	39.053%	B
T de desague de 4 x 2 PLASTIGAMA	55	\$ -	\$ 8,00	\$ 20,00	\$ 24,00	\$ 16,00	\$ 24,00	\$ 20,00	\$ 16,00	\$ 24,00	\$ 20,00	\$ 28,00	\$ 20,00	\$ 220,00	0.099%	83.107%	39.201%	B
Tubo de desague 3" PLASTIGAMA	22	\$ 10,00	\$ 20,00	\$ 10,00	\$ 20,00	\$ 10,00	\$ 20,00	\$ 30,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 10,00	\$ 30,00	\$ 220,00	0.099%	83.205%	39.349%	B
Mangueras de Abasto para tanque sshh	137	\$ 19,20	\$ 9,60	\$ 20,80	\$ 19,20	\$ 20,80	\$ 19,20	\$ 22,40	\$ 19,20	\$ 20,80	\$ 19,20	\$ 19,20	\$ 9,60	\$ 219,20	0.099%	83.304%	39.497%	B
silicon pasta abro transparente	156	\$ 16,80	\$ 16,80	\$ 18,20	\$ 16,80	\$ 18,20	\$ 19,60	\$ 18,20	\$ 16,80	\$ 18,20	\$ 21,00	\$ 16,80	\$ 21,00	\$ 218,40	0.098%	83.402%	39.645%	B
Arco de Sierra Stanley	57	\$ 19,12	\$ 22,94	\$ 19,12	\$ 15,30	\$ 19,12	\$ 15,30	\$ 11,47	\$ 22,94	\$ 11,47	\$ 26,77	\$ 19,12	\$ 15,30	\$ 217,97	0.098%	83.500%	39.793%	B
piola para albañil	121	\$ 21,60	\$ 18,00	\$ 16,20	\$ 12,60	\$ 16,20	\$ 21,60	\$ 25,20	\$ 30,60	\$ 16,20	\$ 12,60	\$ 10,80	\$ 16,20	\$ 217,80	0.098%	83.598%	39.941%	B
Llave boca y corona Stanley 28	17	\$ 38,40	\$ -	\$ -	\$ 76,80	\$ -	\$ -	\$ 51,20	\$ -	\$ 51,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 217,60	0.098%	83.696%	40.089%	B
Universal 2 plastigama rojo	34	\$ 12,80	\$ 19,20	\$ 12,80	\$ 19,20	\$ 12,80	\$ 12,80	\$ 6,40	\$ 12,80	\$ 19,20	\$ 12,80	\$ 19,20	\$ 19,20	\$ 217,60	0.098%	83.794%	40.237%	B
Martillo Elite	46	\$ 18,88	\$ 14,16	\$ 18,88	\$ 14,16	\$ 18,88	\$ 28,32	\$ 18,88	\$ 14,16	\$ 18,88	\$ 23,60	\$ 14,16	\$ 14,16	\$ 217,12	0.098%	83.891%	40.385%	B
rollos plastico strecht 12"	20	\$ 32,40	\$ 21,60	\$ 43,20	\$ 54,00	\$ 21,60	\$ -	\$ -	\$ 32,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10,80	\$ 216,00	0.097%	83.988%	40.533%	B

Amoladora BOSCH 7"	2	\$ -	\$ -	\$ 108,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 108,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 216,00	0,097%	84,086%	40,680%	B
Cheques horizontales de 2"	10	\$ 21,60	\$ -	\$ 21,60	\$ 43,20	\$ 43,20	\$ 21,60	\$ 21,60	\$ -	\$ 43,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 216,00	0,097%	84,183%	40,828%	B
Y de desague de 4 a 3 hembra PLASTIGAMA	54	\$ 4,00	\$ -	\$ 12,00	\$ 56,00	\$ -	\$ 12,00	\$ -	\$ -	\$ 80,00	\$ 8,00	\$ 36,00	\$ 8,00	\$ 216,00	0,097%	84,280%	40,976%	B
Pernos cabeza de coco 5/16x1	1343	\$ 28,32	\$ 8,96	\$ 21,76	\$ 21,92	\$ 19,68	\$ 10,72	\$ 19,68	\$ 19,68	\$ 17,76	\$ 17,92	\$ 21,12	\$ 7,36	\$ 214,88	0,097%	84,376%	41,124%	B
Cajetín octagonal PLASTIGAMA	358	\$ -	\$ 15,00	\$ 6,00	\$ 21,60	\$ 24,00	\$ 3,00	\$ 30,00	\$ 34,80	\$ 36,00	\$ 10,80	\$ 15,60	\$ 18,00	\$ 214,80	0,097%	84,473%	41,272%	B
Mangueras de Abasto para lavamano	134	\$ 16,00	\$ 19,20	\$ 16,00	\$ 19,20	\$ 20,80	\$ 19,20	\$ 16,00	\$ 17,60	\$ 19,20	\$ 17,60	\$ 20,80	\$ 12,80	\$ 214,40	0,096%	84,569%	41,420%	B
bisagras 4"	267	\$ 16,00	\$ 18,40	\$ 19,20	\$ 20,00	\$ 19,20	\$ 18,40	\$ 18,40	\$ 18,40	\$ 18,40	\$ 18,40	\$ 19,20	\$ 9,60	\$ 213,60	0,096%	84,665%	41,568%	B
vidrios claros para soldar	65	\$ 6,40	\$ -	\$ 9,60	\$ -	\$ -	\$ 9,60	\$ -	\$ -	\$ 160,00	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 208,00	0,094%	84,759%	41,716%	B
Cheques verticales de 3/4	37	\$ 11,20	\$ 16,80	\$ 11,20	\$ 11,20	\$ 16,80	\$ 11,20	\$ 22,40	\$ 28,00	\$ 16,80	\$ 22,40	\$ 28,00	\$ 11,20	\$ 207,20	0,093%	84,852%	41,864%	B
Plancha Traslucida de 8 pies	17	\$ 36,00	\$ -	\$ 36,00	\$ -	\$ -	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ -	\$ -	\$ 24,00	\$ 36,00	\$ 24,00	\$ 204,00	0,092%	84,944%	42,012%	B
Plancha Traslucida de 10 pies	14	\$ 57,60	\$ -	\$ 43,20	\$ -	\$ -	\$ 43,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 28,80	\$ -	\$ 288,00	0,091%	85,034%	42,160%	B
rodillos felpa	56	\$ 14,40	\$ 10,80	\$ 14,40	\$ 21,60	\$ 18,00	\$ 25,20	\$ 14,40	\$ 18,00	\$ 10,80	\$ 25,20	\$ 18,00	\$ 10,80	\$ 201,60	0,091%	85,125%	42,308%	B
juego de llaves hexagonales milimetricas Stanley	21	\$ 9,60	\$ -	\$ 57,60	\$ 67,20	\$ 38,40	\$ -	\$ 19,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 9,60	\$ -	\$ 201,60	0,091%	85,216%	42,456%	B
Tomacorriente sobrepuesto VOLTECH	251	\$ 20,00	\$ 27,20	\$ 18,40	\$ 20,00	\$ 18,40	\$ 19,20	\$ 19,20	\$ 18,40	\$ 14,40	\$ 9,60	\$ 11,20	\$ 4,80	\$ 200,80	0,090%	85,306%	42,604%	B
Taladro BOSCH 1/2"	2	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 100,00	\$ -	\$ -	\$ 100,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 200,00	0,090%	85,396%	42,751%	B
cinta de embalaje 40 yardas café	248	\$ 16,00	\$ 12,00	\$ 16,00	\$ 10,40	\$ 28,00	\$ 16,80	\$ 24,00	\$ 32,00	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 8,00	\$ 16,00	\$ 198,40	0,089%	85,485%	42,899%	B
tubo de desague 2" RIVAL	66	\$ 12,00	\$ 9,00	\$ 15,00	\$ 12,00	\$ 18,00	\$ 12,00	\$ 21,00	\$ 15,00	\$ 12,00	\$ 15,00	\$ 30,00	\$ 27,00	\$ 198,00	0,089%	85,574%	43,047%	B
foco ahorrador de 9w espiral	84	\$ 46,40	\$ 6,96	\$ 11,60	\$ 27,84	\$ 32,48	\$ -	\$ 18,56	\$ 4,64	\$ 27,84	\$ 18,56	\$ -	\$ -	\$ 194,88	0,088%	85,662%	43,195%	B
Boquilla de caucho VOLTECH	322	\$ 18,00	\$ 14,40	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 14,40	\$ 13,80	\$ 16,80	\$ 15,00	\$ 20,40	\$ 20,40	\$ 15,60	\$ 14,40	\$ 193,20	0,087%	85,748%	43,343%	B
Cadena galvanizada 1/2 quintal	2	\$ 96,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 96,00	\$ -	\$ 192,00	0,086%	85,835%	43,491%	B
Cadena galvanizada 3/16 quintal	3	\$ 64,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 64,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 64,00	\$ 192,00	0,086%	85,921%	43,639%	B
Cinta autofundente grande	30	\$ -	\$ 19,20	\$ 12,80	\$ 19,20	\$ 19,20	\$ 12,80	\$ 19,20	\$ 12,80	\$ 6,40	\$ 19,20	\$ 32,00	\$ 19,20	\$ 192,00	0,086%	86,007%	43,787%	B
T de desague 4" RIVAL	60	\$ 12,80	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 19,20	\$ 16,00	\$ 19,20	\$ 16,00	\$ 22,40	\$ 12,80	\$ 16,00	\$ 9,60	\$ 16,00	\$ 192,00	0,086%	86,094%	43,935%	B
tubo fluorescete de 75watt	32	\$ 12,00	\$ 18,00	\$ 6,00	\$ 24,00	\$ 12,00	\$ 6,00	\$ 24,00	\$ 18,00	\$ 12,00	\$ 18,00	\$ 12,00	\$ 30,00	\$ 192,00	0,086%	86,180%	44,083%	B
Soporte para riel de 37cm blanco	63	\$ 6,08	\$ 12,16	\$ 15,20	\$ 24,32	\$ 15,20	\$ 21,28	\$ 12,16	\$ 21,28	\$ 18,24	\$ 12,16	\$ 15,20	\$ 18,24	\$ 191,52	0,086%	86,266%	44,231%	B
Niveles Stanley 6"	34	\$ 16,80	\$ -	\$ 112,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 16,80	\$ 11,20	\$ 190,40	0,086%	86,352%	44,379%	B
Abrazadera para manguera 1	294	\$ 32,00	\$ 19,20	\$ -	\$ 24,32	\$ 19,20	\$ 12,80	\$ 12,80	\$ 22,40	\$ 19,20	\$ 16,00	\$ 3,84	\$ 6,40	\$ 188,16	0,085%	86,436%	44,527%	B
limpiador de contacto pequeño	51	\$ 36,00	\$ -	\$ 14,40	\$ -	\$ 43,20	\$ -	\$ 10,80	\$ 18,00	\$ 28,80	\$ 18,00	\$ 14,40	\$ -	\$ 183,60	0,083%	86,519%	44,675%	B
Breaker Doble 2x50	19	\$ 19,20	\$ 9,60	\$ 19,20	\$ 19,20	\$ 19,20	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 19,20	\$ 9,60	\$ 19,20	\$ 9,60	\$ 19,20	\$ 182,40	0,082%	86,601%	44,822%	B
limpiador de contacto grande	38	\$ 9,60	\$ -	\$ 19,20	\$ 19,20	\$ 14,40	\$ 24,00	\$ 19,20	\$ 14,40	\$ 19,20	\$ 14,40	\$ 19,20	\$ 9,60	\$ 182,40	0,082%	86,683%	44,970%	B
Cheques horizontales de 3"	5	\$ -	\$ 36,00	\$ -	\$ 36,00	\$ -	\$ -	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ -	\$ -	\$ 36,00	\$ -	\$ 180,00	0,081%	86,764%	45,118%	B
Tomacorriente doble Veto	75	\$ 14,40	\$ 12,00	\$ 16,80	\$ 14,40	\$ 19,20	\$ 12,00	\$ 14,40	\$ 16,80	\$ 14,40	\$ 16,80	\$ 14,40	\$ 14,40	\$ 180,00	0,081%	86,845%	45,266%	B
transformador 2x75	9	\$ 20,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 60,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 40,00	\$ -	\$ 60,00	\$ -	\$ 180,00	0,081%	86,926%	45,414%	B
Biancola 500cc	80	\$ 29,12	\$ 13,44	\$ 17,92	\$ 15,68	\$ 17,92	\$ 13,44	\$ 11,20	\$ 13,44	\$ 8,96	\$ 13,44	\$ 11,20	\$ 13,44	\$ 179,20	0,081%	87,006%	45,562%	B
extintor 10 lbs	6	\$ -	\$ -	\$ 59,20	\$ -	\$ 88,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 29,60	\$ -	\$ -	\$ 177,60	\$ 177,60	0,080%	87,086%	45,710%	B
Combos de 10 libras	11	\$ 48,00	\$ -	\$ 48,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 80,00	\$ -	\$ 176,00	0,079%	87,165%	45,858%	B
Y de desague de 4 a 3 macho PLASTIGAMA	44	\$ 4,00	\$ -	\$ 12,00	\$ 60,00	\$ -	\$ 12,00	\$ -	\$ -	\$ 48,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 8,00	\$ 176,00	0,079%	87,244%	46,006%	B
Llave de pico fv	38	\$ 22,80	\$ 22,80	\$ 13,68	\$ 18,24	\$ 22,80	\$ 13,68	\$ 18,24	\$ 9,12	\$ 13,68	\$ 9,12	\$ 4,56	\$ 173,28	\$ 173,28	0,078%	87,322%	46,154%	B
duchas plasticas tigre	57	\$ 12,16	\$ -	\$ 9,12	\$ 30,40	\$ 36,48	\$ -	\$ 15,20	\$ 18,24	\$ 18,24	\$ 15,20	\$ 18,24	\$ -	\$ 173,28	0,078%	87,400%	46,302%	B
Universal 1/2 plastigama Rojo	173	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 23,00	\$ 16,00	\$ 21,00	\$ 24,00	\$ 4,00	\$ 13,00	\$ 173,00	0,078%	87,478%	46,450%	B
Carretilla SILK	4	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 43,20	\$ -	\$ -	\$ 86,40	\$ 43,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 172,80	0,078%	87,555%	46,598%	B
ruedas 200 mm	48	\$ 14,40	\$ 10,80	\$ 10,80	\$ 18,00	\$ 10,80	\$ 18,00	\$ 21,60	\$ 10,80	\$ 18,00	\$ 14,40	\$ 10,80	\$ 14,40	\$ 172,80	0,078%	87,633%	46,746%	B
Discos de desbastes 7"	72	\$ 14,40	\$ -	\$ 7,20	\$ 9,60	\$ 31,20	\$ -	\$ 16,80	\$ 2,40	\$ 43,20	\$ 19,20	\$ 28,80	\$ -	\$ 172,80	0,078%	87,711%	46,893%	B
balancim plasticos american home	172	\$ 12,00	\$ 10,00	\$ 12,00	\$ 10,00	\$ 14,00	\$ 12,00	\$ 17,00	\$ 20,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 29,00	\$ 12,00	\$ 172,00	0,077%	87,789%	47,041%	B
Abro clean	47	\$ 7,20	\$ 14,40	\$ 18,00	\$ 14,40	\$ 25,20	\$ 10,80	\$ 7,20	\$ 18,00	\$ 21,60	\$ 14,40	\$ 10,80	\$ 7,20	\$ 169,20	0,076%	87,864%	47,189%	B
Cintas Aistantes Colores 10 yardas	528	\$ 6,40	\$ 3,84	\$ 3,84	\$ 12,80	\$ 11,52	\$ 4,80	\$ 19,20	\$ 22,40	\$ 28,80	\$ 22,40	\$ 25,60	\$ 7,36	\$ 168,96	0,076%	87,940%	47,337%	B
Candados VIRO40mm	7	\$ -	\$ 48,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 48,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 72,00	\$ -	\$ 168,00	0,076%	88,016%	47,485%	B
concentrico 2x14 rollo	2	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 168,00	\$ -	\$ 168,00	0,076%	88,091%	47,633%	B
Remaches 3/16x1/2	23	\$ 14,40	\$ 21,60	\$ 14,40	\$ 7,20	\$ 7,20	\$ 7,20	\$ 7,20	\$ 14,40	\$ 21,60	\$ 14,40	\$ 21,60	\$ 14,40	\$ 165,60	0,074%	88,166%	47,781%	B
Codo de desague 4 x 45 PLASTIGAMA	46	\$ 3,60	\$ 7,20	\$ -	\$ 14,40	\$ 18,00	\$ 10,80	\$ 21,60	\$ 28,80	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 14,40	\$ 10,80	\$ 165,60	0,074%	88,240%	47,929%	B
Universal 2	34	\$ 9,60	\$ 14,40	\$ 9,60	\$ 19,20	\$ 9,60	\$ 14,40	\$ 19,20	\$ 9,60	\$ 14,40	\$ 19,20	\$ 14,40	\$ 9,60	\$ 163,20	0,073%	88,313%	48,077%	B
Gata 2toneladas	7	\$ 46,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 46,40	\$ -	\$ 23,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 46,40	\$ -	\$ 162,40	0,073%	88,386%	48,225%	B
transformador 2x40	15	\$ 21,60	\$ -	\$ 21,60	\$ 10,80	\$ 10,80	\$ 10,80	\$ 10,80	\$ 21,60	\$ 10,80	\$ 21,60	\$ 10,80	\$ 10,80	\$ 162,00	0,073%	88,459%	48,373%	B
Bondex Estándar	31	\$ 10,40	\$ 15,60	\$ 10,40	\$ 15,60	\$ 10,40	\$ 15,60	\$ 20,80	\$ 10,40	\$ 15,60	\$ 10,40	\$ 15,60	\$ 10,40	\$ 161,20	0,072%	88,532%	48,521%	B
acople b400	6	\$ 26,40	\$ -	\$ 26,40	\$ 26,40	\$ 26,40	\$ -	\$ 26,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 26,40	\$ -	\$ 158,40	0,071%	88,603%	48,669%	B
Escobas plasticas	66	\$ 28,80	\$ -	\$ 21,60	\$ 19,20	\$ 28,80	\$ -	\$ 14,40	\$ 2,40	\$ 21,60	\$ 9,60	\$ 12,00	\$ -	\$ 158,40	0,071%	88,674%	48,817%	B
acople c200	13	\$ 24,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 120,00	\$ -	\$ -	\$ 12,00	\$ -	\$ -	\$ 156,00	0,070%	88,744%	48,964%	B

Cheques verticales de 1 1/4	13	\$ 12,00	\$ 24,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 156,00	0,070%	88,814%	49,112%	B
llave para tubo 14"	13	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 24,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 156,00	0,070%	88,885%	49,260%	B
permatex grande pasta	34	\$ 13,68	\$ 9,12	\$ 18,24	\$ 13,68	\$ 18,24	\$ 9,12	\$ 13,68	\$ 4,56	\$ 9,12	\$ 13,68	\$ 18,24	\$ 13,68	\$ 156,04	\$ 156,04	0,070%	88,954%	49,408%	B	
kalipega 250cc	43	\$ 7,20	\$ -	\$ 21,60	\$ 21,60	\$ 25,20	\$ -	\$ 14,40	\$ 10,80	\$ 18,00	\$ 21,60	\$ 14,40	\$ -	\$ 154,80	\$ 154,80	0,070%	89,024%	49,556%	B	
Sifón 2" PLASTIGAMA	43	\$ 18,00	\$ 14,40	\$ 18,00	\$ 10,80	\$ 14,40	\$ 7,20	\$ 14,40	\$ 10,80	\$ 14,40	\$ 10,80	\$ 14,40	\$ 7,20	\$ 154,80	\$ 154,80	0,070%	89,093%	49,704%	B	
Universal 1 1/4 Plastigama Rojo	32	\$ 28,80	\$ 9,60	\$ 14,40	\$ 9,60	\$ 4,80	\$ 19,20	\$ 9,60	\$ 14,40	\$ 14,40	\$ 14,40	\$ 9,60	\$ 4,80	\$ 153,60	\$ 153,60	0,069%	89,162%	49,852%	B	
acople d400	6	\$ 25,60	\$ -	\$ 25,60	\$ -	\$ 25,60	\$ 25,60	\$ -	\$ -	\$ 25,60	\$ -	\$ -	\$ 25,60	\$ 153,60	\$ 153,60	0,069%	89,232%	50,000%	B	
Candado barril Wuzy 40mm	58	\$ -	\$ 5,28	\$ 7,92	\$ 5,28	\$ 7,92	\$ 5,28	\$ 2,64	\$ 13,20	\$ 15,84	\$ 26,40	\$ 31,68	\$ 31,68	\$ 153,12	\$ 153,12	0,069%	89,300%	50,148%	C	
Clavos para madera 1 1/2" Caja	5	\$ -	\$ 30,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 30,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 30,40	\$ 30,40	\$ 152,00	\$ 152,00	0,068%	89,369%	50,296%	C	
Llave boca y corona Stanley 31	10	\$ 30,40	\$ -	\$ 60,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 60,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 152,00	\$ 152,00	0,068%	89,437%	50,444%	C	
Empaste litros	50	\$ 17,76	\$ -	\$ 17,76	\$ 11,84	\$ 23,68	\$ -	\$ 14,80	\$ -	\$ 17,76	\$ 23,68	\$ 20,72	\$ -	\$ 148,00	\$ 148,00	0,067%	89,504%	50,592%	C	
ruedas giratoria 125mm	37	\$ 24,00	\$ 12,00	\$ 8,00	\$ 12,00	\$ 8,00	\$ 12,00	\$ 16,00	\$ 8,00	\$ 12,00	\$ 16,00	\$ 12,00	\$ 8,00	\$ 148,00	\$ 148,00	0,067%	89,570%	50,740%	C	
Toma mixto BOSSI	74	\$ 20,00	\$ 10,00	\$ 12,00	\$ 10,00	\$ 16,00	\$ 12,00	\$ 8,00	\$ 12,00	\$ 10,00	\$ 12,00	\$ 14,00	\$ 12,00	\$ 148,00	\$ 148,00	0,067%	89,637%	50,888%	C	
bisagras 3"	246	\$ 12,00	\$ 13,80	\$ 14,40	\$ 15,00	\$ 13,80	\$ 14,40	\$ 13,80	\$ 13,80	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 7,20	\$ 5,40	\$ 147,60	\$ 147,60	0,066%	89,703%	51,036%	C	
Nivel torpedo Stanley	23	\$ 6,40	\$ -	\$ 38,40	\$ -	\$ -	\$ 32,00	\$ -	\$ -	\$ 38,40	\$ -	\$ -	\$ 32,00	\$ 147,20	\$ 147,20	0,066%	89,769%	51,183%	C	
brujita gota magica	90	\$ 11,20	\$ 19,20	\$ 16,00	\$ 12,80	\$ 14,40	\$ 11,20	\$ 14,40	\$ 11,20	\$ 9,60	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 144,00	\$ 144,00	0,065%	89,834%	51,331%	C	
concentrico 3x16 rollo	2	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 72,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 72,00	\$ -	\$ 144,00	0,065%	89,899%	51,479%	C	
kalipega 500cc	20	\$ 14,40	\$ -	\$ 28,80	\$ 28,80	\$ 36,00	\$ -	\$ 14,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 21,60	\$ 144,00	\$ 144,00	0,065%	89,963%	51,627%	C	
Llave boca y corona Stanley 24	18	\$ 8,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 24,00	\$ 64,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ -	\$ 144,00	\$ 144,00	0,065%	90,028%	51,775%	C	
Llave boca y corona Stanley 30	10	\$ 28,80	\$ -	\$ -	\$ 57,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 57,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 144,00	\$ 144,00	0,065%	90,093%	51,923%	C	
Soporte para riel de 32cm blanco	51	\$ 2,80	\$ 11,20	\$ 14,00	\$ 8,40	\$ 16,80	\$ 11,20	\$ 19,60	\$ 11,20	\$ 14,00	\$ 11,20	\$ 8,40	\$ 14,00	\$ 142,80	\$ 142,80	0,064%	90,157%	52,071%	C	
rollo piola 2h	2	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 71,20	\$ 142,40	\$ 142,40	0,064%	90,221%	52,219%	C	
permatex pequeño pasta	101	\$ 8,40	\$ 9,80	\$ 11,20	\$ 8,40	\$ 12,60	\$ 9,80	\$ 11,20	\$ 16,80	\$ 19,60	\$ 12,60	\$ 16,80	\$ 4,20	\$ 141,40	\$ 141,40	0,064%	90,285%	52,367%	C	
Cheques verticales de 1 1/2	11	\$ 12,80	\$ 12,80	\$ 12,80	\$ 12,80	\$ 12,80	\$ 12,80	\$ 12,80	\$ 12,80	\$ -	\$ 12,80	\$ 12,80	\$ 12,80	\$ 140,80	\$ 140,80	0,063%	90,348%	52,515%	C	
transformador 3x32	11	\$ 25,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 25,60	\$ -	\$ -	\$ 12,80	\$ 25,60	\$ 25,60	\$ -	\$ 25,60	\$ 140,80	\$ 140,80	0,063%	90,411%	52,663%	C	
acople c400	5	\$ 28,00	\$ -	\$ -	\$ 28,00	\$ -	\$ -	\$ 28,00	\$ -	\$ 28,00	\$ -	\$ -	\$ 28,00	\$ 140,00	\$ 140,00	0,063%	90,474%	52,811%	C	
Cemento blanco 25kilos	5	\$ -	\$ 28,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 56,00	\$ -	\$ -	\$ 28,00	\$ 28,00	\$ 140,00	\$ 140,00	0,063%	90,537%	52,959%	C	
esmeriladora china	3	\$ -	\$ -	\$ 46,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 46,40	\$ 46,40	\$ -	\$ -	\$ 139,20	\$ 139,20	0,063%	90,600%	53,107%	C	
Universal 1	58	\$ 12,00	\$ 16,80	\$ 9,60	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 9,60	\$ 12,00	\$ 14,40	\$ 12,00	\$ 14,40	\$ 7,20	\$ 7,20	\$ 139,20	\$ 139,20	0,063%	90,662%	53,254%	C	
Riel 64cm blanco	43	\$ 12,80	\$ 9,60	\$ 12,80	\$ 9,60	\$ 12,80	\$ 9,60	\$ 12,80	\$ 9,60	\$ 12,80	\$ 9,60	\$ 12,80	\$ 12,80	\$ 137,60	\$ 137,60	0,062%	90,724%	53,402%	C	
Interruptor doble BOSSI	95	\$ 33,12	\$ -	\$ 11,52	\$ 14,40	\$ 21,60	\$ -	\$ 14,40	\$ 10,08	\$ 8,64	\$ 11,52	\$ 11,52	\$ -	\$ 136,80	\$ 136,80	0,061%	90,786%	53,550%	C	
llave boca y corona 1	34	\$ 4,00	\$ -	\$ 20,00	\$ 32,00	\$ 64,00	\$ -	\$ 8,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8,00	\$ 136,00	\$ 136,00	0,061%	90,847%	53,698%	C	
Breaker Square D 60	21	\$ 19,20	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ -	\$ -	\$ 12,80	\$ 19,20	\$ 12,80	\$ 19,20	\$ 12,80	\$ 19,20	\$ 134,40	\$ 134,40	0,060%	90,907%	53,846%	C	
tinte miel	42	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 12,80	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 12,80	\$ 9,60	\$ 16,00	\$ 12,80	\$ 19,20	\$ 134,40	\$ 134,40	0,060%	90,968%	53,994%	C	
Remachadora Stanley Industrial	6	\$ -	\$ -	\$ 44,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 44,80	\$ 22,40	\$ 134,40	\$ 134,40	0,060%	91,028%	54,142%	C	
ruedas giratoria 100mm	48	\$ 5,60	\$ 2,80	\$ 8,40	\$ 14,00	\$ 11,20	\$ 14,00	\$ 16,80	\$ 8,40	\$ 11,20	\$ 14,00	\$ 11,20	\$ 16,80	\$ 134,40	\$ 134,40	0,060%	91,088%	54,290%	C	
Interruptor doble VETO	55	\$ 28,80	\$ -	\$ 7,20	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ -	\$ 16,80	\$ 19,20	\$ 21,60	\$ 19,20	\$ -	\$ -	\$ 132,00	\$ 132,00	0,059%	91,148%	54,438%	C	
Soporte para riel de 27cm blanco	55	\$ 2,40	\$ 7,20	\$ 9,60	\$ 12,00	\$ 16,80	\$ 9,60	\$ 12,00	\$ 7,20	\$ 14,40	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 16,80	\$ 132,00	\$ 132,00	0,059%	91,207%	54,586%	C	
ruedas 100mm	110	\$ 10,80	\$ 9,60	\$ 10,80	\$ 8,40	\$ 14,40	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 10,80	\$ 9,60	\$ 15,60	\$ 9,60	\$ 8,40	\$ 132,00	\$ 132,00	0,059%	91,266%	54,734%	C	
Nilon Araty 80mm	54	\$ 28,80	\$ 12,00	\$ 14,40	\$ 7,20	\$ 12,00	\$ 4,80	\$ 12,00	\$ 9,60	\$ 7,20	\$ 4,80	\$ 9,60	\$ 7,20	\$ 129,60	\$ 129,60	0,058%	91,325%	54,882%	C	
Grillete para cadena 5/8	46	\$ 33,60	\$ -	\$ 5,60	\$ 11,20	\$ 11,20	\$ -	\$ 8,40	\$ 8,40	\$ 14,00	\$ 16,80	\$ 19,60	\$ -	\$ 128,80	\$ 128,80	0,058%	91,383%	55,030%	C	
Cono de Seguridad de 1 Mt.	4	\$ -	\$ -	\$ 32,00	\$ 96,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 128,00	\$ 128,00	0,058%	91,440%	55,178%	C	
Llave boca y corona Stanley 32	8	\$ 48,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 80,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 128,00	\$ 128,00	0,058%	91,498%	55,325%	C	
rollo piola 4h	2	\$ -	\$ 64,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 64,00	\$ 128,00	\$ 128,00	0,058%	91,555%	55,473%	C	
AUTOMATICOS de 1/2 hp	40	\$ 9,60	\$ 12,80	\$ 9,60	\$ 12,80	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 16,00	\$ 12,80	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 128,00	\$ 128,00	0,058%	91,613%	55,621%	C	
Abrazadera para manguera 3/4	226	\$ 11,20	\$ 14,00	\$ 9,52	\$ 13,44	\$ 12,88	\$ 6,72	\$ 8,96	\$ 12,88	\$ 8,40	\$ 6,72	\$ 8,40	\$ 13,44	\$ 126,56	\$ 126,56	0,057%	91,670%	55,769%	C	
Discos de DesbaSTES 4"	79	\$ 9,60	\$ -	\$ 9,60	\$ 14,40	\$ 19,20	\$ -	\$ 16,00	\$ 3,20	\$ 22,40	\$ 8,00	\$ 24,00	\$ -	\$ 126,40	\$ 126,40	0,057%	91,726%	55,917%	C	
rollos plastico strecht 5"	35	\$ 10,80	\$ 10,80	\$ 7,20	\$ 10,80	\$ 14,40	\$ 7,20	\$ 10,80	\$ 14,40	\$ 7,20	\$ 10,80	\$ 7,20	\$ 14,40	\$ 126,00	\$ 126,00	0,057%	91,783%	56,065%	C	
rodillos esponja	63	\$ 10,00	\$ 6,00	\$ 14,00	\$ 10,00	\$ 12,00	\$ 8,00	\$ 16,00	\$ 12,00	\$ 10,00	\$ 14,00	\$ 12,00	\$ 2,00	\$ 126,00	\$ 126,00	0,057%	91,840%	56,213%	C	
sellador litro	27	\$ 13,44	\$ 8,96	\$ 13,44	\$ 8,96	\$ 4,48	\$ 13,44	\$ 8,96	\$ 8,96	\$ 13,44	\$ 8,96	\$ 8,96	\$ 8,96	\$ 120,96	\$ 120,96	0,054%	91,894%	56,361%	C	

Reductor de desague 4 a 2 PLASTIGAMA	43	\$ 14,00	\$ 8,40	\$ 11,20	\$ 5,60	\$ 14,00	\$ 8,40	\$ 11,20	\$ 5,60	\$ 11,20	\$ 16,80	\$ 8,40	\$ 5,60	\$ 120,40	0,054%	91,948%	56,509%	C	
asea litro	75	\$ 9,60	\$ 11,20	\$ 12,80	\$ 9,60	\$ 8,00	\$ 12,80	\$ 9,60	\$ 8,00	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 8,00	\$ 11,20	\$ 120,00	0,054%	92,002%	56,657%	C	
clavos galvanizados 1 1/2 caja 25 kilos	2	\$ -	\$ -	\$ 60,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 60,00	\$ -	\$ 120,00	0,054%	92,056%	56,805%	C
Llave boca y corona Stanley 25	10	\$ 24,00	\$ -	\$ -	\$ 24,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 48,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 24,00	\$ 120,00	0,054%	92,110%	56,953%	C
malla verde nylon rollo	2	\$ 120,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 120,00	0,054%	92,164%	57,101%	C	
Universal 1 1/2	30	\$ 16,00	\$ 8,00	\$ 12,00	\$ 24,00	\$ 4,00	\$ 8,00	\$ 4,00	\$ 12,00	\$ 8,00	\$ 12,00	\$ 8,00	\$ 4,00	\$ 120,00	0,054%	92,218%	57,249%	C	
Trapeadores	50	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 12,00	\$ 7,20	\$ 12,00	\$ 9,60	\$ 14,40	\$ 12,00	\$ 9,60	\$ 12,00	\$ 14,40	\$ 7,20	\$ 120,00	0,054%	92,272%	57,396%	C	
T de desague de 4 x 4 PLASTIGAMA	33	\$ 10,80	\$ 7,20	\$ 10,80	\$ 7,20	\$ 7,20	\$ 10,80	\$ 7,20	\$ 10,80	\$ 14,40	\$ 7,20	\$ 10,80	\$ 14,40	\$ 118,80	0,053%	92,325%	57,544%	C	
barniz pequeño	99	\$ 12,00	\$ 14,40	\$ 9,60	\$ 7,20	\$ 9,60	\$ 7,20	\$ 14,40	\$ 9,60	\$ 7,20	\$ 9,60	\$ 10,80	\$ 7,20	\$ 118,80	0,053%	92,379%	57,692%	C	
Universal 1 Plastigama Rojo	33	\$ 21,60	\$ 7,20	\$ 10,80	\$ 7,20	\$ 3,60	\$ 7,20	\$ 10,80	\$ 3,60	\$ 7,20	\$ 10,80	\$ 18,00	\$ 10,80	\$ 118,80	0,053%	92,432%	57,840%	C	
caja de breaker 6h	4	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 29,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 59,20	\$ -	\$ -	\$ 29,60	\$ -	\$ 118,40	0,053%	92,485%	57,988%	C
Universal 1 1/2 Plastigama Rojo	21	\$ 11,20	\$ 5,60	\$ 5,60	\$ 11,20	\$ 5,60	\$ 11,20	\$ 5,60	\$ 16,80	\$ 22,40	\$ 11,20	\$ 5,60	\$ 5,60	\$ 117,60	0,053%	92,538%	58,136%	C	
Blanca 125CC	146	\$ 9,60	\$ 10,40	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 10,40	\$ 10,40	\$ 9,60	\$ 10,40	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 11,20	\$ 6,40	\$ 116,80	0,053%	92,591%	58,284%	C	
Pernos cabeza de coco 1/4x2 1/2	1620	\$ 16,92	\$ 6,26	\$ 12,67	\$ 13,46	\$ 9,07	\$ 5,47	\$ 11,88	\$ 8,86	\$ 8,86	\$ 9,50	\$ 10,44	\$ 3,24	\$ 116,64	0,052%	92,643%	58,432%	C	
tubo fluorescente de 20 watt	91	\$ 7,68	\$ 10,24	\$ 12,80	\$ 10,24	\$ 11,52	\$ 7,68	\$ 8,96	\$ 6,40	\$ 11,52	\$ 8,96	\$ 10,24	\$ 10,24	\$ 116,48	0,052%	92,696%	58,580%	C	
Pernos cabeza de coco 1/4x3"	1451	\$ 12,32	\$ 5,36	\$ 10,56	\$ 9,84	\$ 12,32	\$ 4,48	\$ 12,32	\$ 9,84	\$ 11,44	\$ 14,24	\$ 9,84	\$ 3,52	\$ 116,08	0,052%	92,748%	58,728%	C	
caja de breaker 4h	5	\$ -	\$ -	\$ 23,20	\$ -	\$ 23,20	\$ -	\$ -	\$ 23,20	\$ 23,20	\$ -	\$ 23,20	\$ -	\$ 116,00	0,052%	92,800%	58,876%	C	
Unión 1	145	\$ 8,00	\$ 9,60	\$ 10,40	\$ 9,60	\$ 11,20	\$ 9,60	\$ 10,40	\$ 12,00	\$ 13,60	\$ 9,60	\$ 5,60	\$ 6,40	\$ 116,00	0,052%	92,852%	59,024%	C	
Union 2	58	\$ 6,00	\$ 8,00	\$ 10,00	\$ 16,00	\$ 6,00	\$ 8,00	\$ 12,00	\$ 8,00	\$ 12,00	\$ 8,00	\$ 10,00	\$ 12,00	\$ 116,00	0,052%	92,904%	59,172%	C	
T de desague de 3" PLASTIGAMA	50	\$ 2,32	\$ 6,96	\$ 11,60	\$ 6,96	\$ 6,96	\$ 9,28	\$ 16,24	\$ 11,60	\$ 13,92	\$ 9,28	\$ 11,60	\$ 9,28	\$ 116,00	0,052%	92,956%	59,320%	C	
boquillas loza cuadradas	412	\$ 16,80	\$ 8,40	\$ 6,72	\$ 12,04	\$ 12,60	\$ 12,60	\$ 10,64	\$ 9,52	\$ 6,72	\$ 6,44	\$ 6,44	\$ 6,44	\$ 115,36	0,052%	93,008%	59,467%	C	
Rollos de Cintas blanco verde	16	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 43,20	\$ -	\$ -	\$ 36,00	\$ 14,40	\$ 21,60	\$ 115,20	0,052%	93,060%	59,615%	C	
multímetros trupper	12	\$ 9,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 38,40	\$ -	\$ -	\$ 9,60	\$ 28,80	\$ 28,80	\$ 115,20	0,052%	93,112%	59,763%	C	
boquillas redondas plasticas	187	\$ 7,30	\$ 7,90	\$ 8,51	\$ 9,73	\$ 10,94	\$ 10,34	\$ 14,59	\$ 12,16	\$ 7,90	\$ 8,51	\$ 10,34	\$ 5,47	\$ 113,70	0,051%	93,163%	59,911%	C	
Escobas coco	71	\$ 9,60	\$ -	\$ 11,20	\$ 20,80	\$ 27,20	\$ -	\$ 8,00	\$ 9,60	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 11,20	\$ -	\$ 113,60	0,051%	93,214%	60,059%	C	
acoples c300	4	\$ 56,00	\$ -	\$ 28,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 28,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 112,00	0,050%	93,264%	60,207%	C	
Cadena galvanizada 1/8 quintal	2	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 112,00	0,050%	93,315%	60,355%	C	
llave para tubo 8"	28	\$ 8,00	\$ 12,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 12,00	\$ 8,00	\$ 12,00	\$ 8,00	\$ 12,00	\$ 4,00	\$ 12,00	\$ 8,00	\$ 112,00	0,050%	93,365%	60,503%	C	
rollos manguera jardinera verde nylon	34	\$ 9,60	\$ 12,80	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 12,80	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 108,80	0,049%	93,414%	60,651%	C	
Union 1 1/2	80	\$ 2,72	\$ 6,80	\$ 4,08	\$ 36,72	\$ 9,52	\$ 8,16	\$ 5,44	\$ 4,08	\$ 10,88	\$ 6,80	\$ 8,16	\$ 5,44	\$ 108,80	0,049%	93,463%	60,799%	C	
Remaches 1/8 x1/2	28	\$ 11,52	\$ 7,68	\$ 11,52	\$ 7,68	\$ 3,84	\$ 11,52	\$ 11,52	\$ 15,36	\$ 7,68	\$ 7,68	\$ 3,84	\$ 7,68	\$ 107,52	0,048%	93,511%	60,947%	C	
Pernos cabeza de coco 1/4x2"	1669	\$ 14,98	\$ 5,70	\$ 8,13	\$ 10,50	\$ 8,70	\$ 3,58	\$ 11,26	\$ 9,28	\$ 11,26	\$ 9,98	\$ 9,15	\$ 4,29	\$ 106,82	0,048%	93,559%	61,095%	C	
Interruptor simple Veto	66	\$ 54,40	\$ -	\$ 3,20	\$ 6,40	\$ 8,00	\$ -	\$ -	\$ 6,40	\$ 8,00	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ -	\$ 105,60	0,047%	93,607%	61,243%	C	
pilas tipo c	33	\$ 12,80	\$ 16,00	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 12,80	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 3,20	\$ 105,60	0,047%	93,654%	61,391%	C	
Alambre de púa 200 Mts. FORTE	6	\$ 17,60	\$ -	\$ 17,60	\$ 17,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 17,60	\$ -	\$ 17,60	\$ 17,60	\$ -	\$ 105,60	0,047%	93,702%	61,538%	C	
foco ahorrador silvanya 32w espiral	22	\$ 19,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 9,60	\$ 19,20	\$ 14,40	\$ 19,20	\$ 24,00	\$ -	\$ 105,60	0,047%	93,749%	61,686%	C	
juego de copas TRUPPER	13	\$ -	\$ -	\$ 16,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 24,00	\$ 16,00	\$ -	\$ 104,00	0,047%	93,796%	61,834%	C	
llave boca y corona 1 1/4	13	\$ 8,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 72,00	\$ -	\$ 24,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 104,00	0,047%	93,843%	61,982%	C	
Soporte para riel de 22cm blanco	65	\$ -	\$ 9,60	\$ 12,80	\$ 9,60	\$ 12,80	\$ 9,60	\$ 8,00	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 8,00	\$ 9,60	\$ 8,00	\$ 104,00	0,047%	93,889%	62,130%	C	
muniachim	36	\$ 5,76	\$ 8,64	\$ 2,88	\$ 8,64	\$ 11,52	\$ 8,64	\$ 11,52	\$ 5,76	\$ 8,64	\$ 11,52	\$ 8,64	\$ 11,52	\$ 103,68	0,047%	93,936%	62,278%	C	
masilla plastica litro	16	\$ 25,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 19,20	\$ -	\$ -	\$ 25,60	\$ -	\$ -	\$ 32,00	\$ -	\$ 102,40	0,046%	93,982%	62,426%	C	
kalipega 125cc	44	\$ 27,84	\$ -	\$ 11,60	\$ 6,96	\$ 9,28	\$ -	\$ 6,96	\$ 11,60	\$ 6,96	\$ 9,28	\$ 4,64	\$ 6,96	\$ 102,08	0,046%	94,028%	62,574%	C	
Martillo Trupper	22	\$ 13,82	\$ 9,22	\$ 9,22	\$ 4,61	\$ 13,82	\$ 9,22	\$ 4,61	\$ 9,22	\$ 4,61	\$ 13,82	\$ 4,61	\$ 4,61	\$ 101,38	0,046%	94,073%	62,722%	C	
Interruptor triple VETO	63	\$ 9,60	\$ -	\$ 3,20	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ -	\$ -	\$ 6,40	\$ 19,20	\$ 25,60	\$ 24,00	\$ -	\$ 100,80	0,045%	94,119%	62,870%	C	
Riel 90cm blanco	21	\$ -	\$ 14,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 14,40	\$ -	\$ 19,20	\$ -	\$ 19,20	\$ 14,40	\$ 19,20	\$ 100,80	0,045%	94,164%	63,018%	C	
Reductor de desague 4 a 3 PLASTIGAMA	36	\$ 5,60	\$ 11,20	\$ 8,40	\$ 11,20	\$ 5,60	\$ 16,80	\$ 5,60	\$ 8,40	\$ 2,80	\$ 8,40	\$ 5,60	\$ 11,20	\$ 100,80	0,045%	94,209%	63,166%	C	
acople f400	5	\$ 20,00	\$ -	\$ 40,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 40,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 100,00	0,045%	94,254%	63,314%	C	
grapas para pistola Stanley 3/8	25	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 20,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 20,00	\$ 12,00	\$ 36,00	\$ 12,00	\$ -	\$ 100,00	0,045%	94,299%	63,462%	C	
Grasa libras	25	\$ 12,00	\$ -	\$ 12,00	\$ 20,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 24,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ -	\$ 100,00	0,045%	94,344%	63,609%	C	

Llave boca y corona Stanley 35	5	\$ 40,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 60,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 100,00	0,045%	94,389%	63,757%	C
ruedas 160mm	50	\$ 10,00	\$ 2,00	\$ 8,00	\$ 14,00	\$ 10,00	\$ 8,00	\$ 10,00	\$ 12,00	\$ 6,00	\$ 8,00	\$ 4,00	\$ 8,00	\$ 100,00	0,045%	94,434%	63,905%	C
Guantes de caucho	71	\$ 16,80	\$ -	\$ 8,40	\$ 7,00	\$ 11,20	\$ -	\$ 9,80	\$ 11,20	\$ 16,80	\$ 11,20	\$ 7,00	\$ -	\$ 99,40	0,045%	94,479%	64,053%	C
tinte caramelo	31	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 12,80	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 99,20	0,045%	94,523%	64,201%	C
tinte café	31	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 3,20	\$ 12,80	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 12,80	\$ 99,20	0,045%	94,568%	64,349%	C
Pernos cabeza coco 1/4x1 1/2	1768	\$ 13,10	\$ 4,37	\$ 6,94	\$ 7,06	\$ 7,39	\$ 3,75	\$ 6,89	\$ 6,78	\$ 12,94	\$ 11,93	\$ 12,99	\$ 4,87	\$ 99,01	0,045%	94,613%	64,497%	C
agua ácida lt	82	\$ 7,20	\$ 8,40	\$ 7,20	\$ 9,60	\$ 6,00	\$ 7,20	\$ 8,40	\$ 7,20	\$ 8,40	\$ 9,60	\$ 10,80	\$ 8,40	\$ 98,40	0,044%	94,657%	64,645%	C
Codo Plastigama Rojo 3/4"	153	\$ 14,72	\$ -	\$ 5,12	\$ 10,24	\$ 5,12	\$ -	\$ 1,92	\$ 1,92	\$ 35,84	\$ 1,28	\$ 21,76	\$ -	\$ 97,92	0,044%	94,701%	64,793%	C
cinta embalaje 40 yardas transp.	122	\$ 8,00	\$ 4,80	\$ 5,60	\$ 6,40	\$ 4,80	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 9,60	\$ 14,40	\$ 13,60	\$ 12,80	\$ 9,60	\$ 97,60	0,044%	94,745%	64,941%	C
Unión de 1/2	202	\$ 13,44	\$ 11,04	\$ 6,72	\$ 8,16	\$ 7,68	\$ 5,76	\$ 7,68	\$ 8,16	\$ 11,52	\$ 6,72	\$ 5,76	\$ 4,32	\$ 96,96	0,044%	94,788%	65,089%	C
tinte amarillo	30	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 12,80	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 96,00	0,043%	94,831%	65,237%	C
Abrazadera para manguera 1 1/2	120	\$ 4,80	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 8,00	\$ 9,60	\$ 12,80	\$ 11,20	\$ 6,40	\$ 7,20	\$ 7,20	\$ 5,60	\$ 7,20	\$ 96,00	0,043%	94,875%	65,385%	C
agua destilada lt.	80	\$ 7,20	\$ 8,40	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 10,80	\$ 8,40	\$ 6,00	\$ 7,20	\$ 8,40	\$ 7,20	\$ 6,00	\$ 7,20	\$ 96,00	0,043%	94,918%	65,533%	C
discos corte 4 1/2	30	\$ 16,00	\$ -	\$ 12,80	\$ 16,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,20	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 28,80	\$ -	\$ 96,00	0,043%	94,961%	65,680%	C
rastrillos trupper	15	\$ -	\$ -	\$ 19,20	\$ -	\$ -	\$ 19,20	\$ -	\$ -	\$ 12,80	\$ 19,20	\$ 12,80	\$ 12,80	\$ 96,00	0,043%	95,004%	65,828%	C
sirena	6	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 16,00	\$ -	\$ -	\$ 32,00	\$ -	\$ 48,00	\$ 96,00	0,043%	95,047%	65,976%	C
Flexometro Stanley 5metros	40	\$ 14,40	\$ -	\$ 12,00	\$ 14,40	\$ 12,00	\$ -	\$ 14,40	\$ 12,00	\$ 16,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 96,00	0,043%	95,090%	66,124%	C
Pistola de silicon Stanley	9	\$ 20,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 41,60	\$ -	\$ -	\$ 31,20	\$ 93,60	0,042%	95,132%	66,272%	C
Codo Plastigama Rojo 1/2"	234	\$ 18,00	\$ -	\$ 2,00	\$ 13,60	\$ 18,40	\$ 8,00	\$ -	\$ 0,40	\$ 13,60	\$ 1,60	\$ 18,00	\$ -	\$ 93,60	0,042%	95,174%	66,420%	C
silicon cartuchos negro	29	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 3,20	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 92,80	0,042%	95,216%	66,568%	C
cinta doble faz pequeña	46	\$ 6,00	\$ 12,00	\$ 10,00	\$ 8,00	\$ 10,00	\$ 8,00	\$ 6,00	\$ 4,00	\$ 6,00	\$ 8,00	\$ 6,00	\$ 8,00	\$ 92,00	0,041%	95,258%	66,716%	C
Y de desague de 2" PLASTIGAMA	57	\$ 1,60	\$ -	\$ 4,80	\$ 36,80	\$ -	\$ 4,80	\$ -	\$ -	\$ 36,80	\$ 3,20	\$ -	\$ 3,20	\$ 91,20	0,041%	95,299%	66,864%	C
codos3/4 HG	187	\$ 4,80	\$ 5,76	\$ 7,20	\$ 9,60	\$ 11,52	\$ 9,60	\$ 4,80	\$ 2,88	\$ 11,52	\$ 9,60	\$ 12,48	\$ -	\$ 89,76	0,040%	95,339%	67,012%	C
radar para bomba	28	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 89,60	0,040%	95,379%	67,160%	C
AUTOMATICOS de 1 hp	28	\$ 9,60	\$ 12,80	\$ -	\$ 9,60	\$ 16,00	\$ -	\$ 9,60	\$ 12,80	\$ -	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 3,20	\$ 89,60	0,040%	95,419%	67,308%	C
Abrazadera para manguera 3	70	\$ 6,40	\$ 8,96	\$ 7,68	\$ 6,40	\$ 8,96	\$ 6,40	\$ 5,12	\$ 6,40	\$ 7,68	\$ 7,68	\$ 10,24	\$ 7,68	\$ 89,60	0,040%	95,460%	67,456%	C
brazos para duchas lorenzetty	32	\$ 5,60	\$ 11,20	\$ 8,40	\$ 11,20	\$ 5,60	\$ 8,40	\$ 5,60	\$ 5,60	\$ 8,40	\$ 5,60	\$ 8,40	\$ 5,60	\$ 89,60	0,040%	95,500%	67,604%	C
Llave boca y corona Stanley 21	16	\$ 5,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 11,20	\$ 16,80	\$ 11,20	\$ 16,80	\$ 16,80	\$ 11,20	\$ -	\$ 89,60	0,040%	95,540%	67,751%	C
Llave boca y corona Stanley 27	7	\$ 25,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 38,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 25,60	\$ 89,60	0,040%	95,581%	67,899%	C
Interruptor triple BOSSI	37	\$ 14,40	\$ -	\$ 9,60	\$ 12,00	\$ 7,20	\$ -	\$ 12,00	\$ 7,20	\$ 14,40	\$ 12,00	\$ -	\$ -	\$ 88,80	0,040%	95,621%	68,047%	C
extintor 2 lbs.	5	\$ 52,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 35,20	\$ -	\$ 88,00	0,040%	95,660%	68,195%	C
salvavidas ruedas	2	\$ -	\$ 44,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 44,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 88,00	0,040%	95,700%	68,343%	C
Timbrador Stanley	10	\$ 17,60	\$ -	\$ -	\$ 26,40	\$ -	\$ -	\$ 17,60	\$ -	\$ -	\$ 17,60	\$ -	\$ 8,80	\$ 88,00	0,040%	95,739%	68,491%	C
acople tapon macho 4	6	\$ -	\$ -	\$ 14,40	\$ 14,40	\$ 14,40	\$ 14,40	\$ -	\$ -	\$ 14,40	\$ -	\$ 14,40	\$ -	\$ 86,40	0,039%	95,778%	68,639%	C
llave boca y corona 1 5/32	18	\$ 4,80	\$ -	\$ 19,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 19,20	\$ -	\$ -	\$ 43,20	\$ -	\$ -	\$ 86,40	0,039%	95,817%	68,787%	C
Rollos cintas tricolor	12	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 28,80	\$ 36,00	\$ -	\$ -	\$ 21,60	\$ 86,40	0,039%	95,856%	68,935%	C
Universal 1 1/4	27	\$ 16,00	\$ 3,20	\$ 6,40	\$ 3,20	\$ 6,40	\$ 3,20	\$ 3,20	\$ 6,40	\$ 12,80	\$ 9,60	\$ 12,80	\$ 3,20	\$ 86,40	0,039%	95,895%	69,083%	C
Aceite rojo para muebles	60	\$ 4,32	\$ 5,76	\$ 7,20	\$ 5,76	\$ 8,64	\$ 5,76	\$ 4,32	\$ 8,64	\$ 5,76	\$ 11,52	\$ 10,08	\$ 8,64	\$ 86,40	0,039%	95,933%	69,231%	C
Candado barril wuzzy 30mm	36	\$ -	\$ 9,60	\$ 7,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 9,60	\$ 14,40	\$ 12,00	\$ 9,60	\$ 14,40	\$ 9,60	\$ 86,40	0,039%	95,972%	69,379%	C
Tubo de luz 3/8	141	\$ 6,00	\$ 4,80	\$ 9,00	\$ 12,00	\$ 7,20	\$ 7,80	\$ 9,00	\$ 7,20	\$ 6,60	\$ 7,20	\$ 4,80	\$ 3,00	\$ 84,60	0,038%	96,010%	69,527%	C
Cheques horizontales de 3/4	15	\$ 5,60	\$ 11,20	\$ 5,60	\$ 5,60	\$ 5,60	\$ 5,60	\$ 11,20	\$ 5,60	\$ 5,60	\$ 5,60	\$ 5,60	\$ 11,20	\$ 84,00	0,038%	96,048%	69,675%	C
Enchufe amarillo VOLTECH	105	\$ 20,80	\$ -	\$ 7,20	\$ 9,60	\$ 16,00	\$ -	\$ 5,60	\$ 6,40	\$ 5,60	\$ 5,60	\$ 7,20	\$ -	\$ 84,00	0,038%	96,086%	69,822%	C
cinta doble faz grande	29	\$ 5,76	\$ 8,64	\$ 5,76	\$ 5,76	\$ 8,64	\$ 5,76	\$ 2,88	\$ 11,52	\$ 8,64	\$ 8,64	\$ 5,76	\$ 5,76	\$ 83,52	0,038%	96,123%	69,970%	C
acoples d300	4	\$ 20,80	\$ -	\$ 20,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 20,80	\$ 20,80	\$ 83,20	0,037%	96,161%	70,118%	C
discos corte 7"	26	\$ 32,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 16,00	\$ -	\$ 22,40	\$ -	\$ -	\$ 12,80	\$ -	\$ -	\$ 83,20	0,037%	96,198%	70,266%	C
lampa herragro	16	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 31,20	\$ 36,40	\$ -	\$ 15,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 83,20	0,037%	96,236%	70,414%	C
Enchufe metálico VOLTECH	103	\$ 16,00	\$ -	\$ 4,00	\$ 4,80	\$ 5,60	\$ -	\$ 5,60	\$ 4,80	\$ 9,60	\$ 8,80	\$ 11,20	\$ 12,00	\$ 82,40	0,037%	96,273%	70,562%	C
ruedas 125mm	51	\$ 6,40	\$ 3,20	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 12,80	\$ 6,40	\$ 8,00	\$ 9,60	\$ 4,80	\$ 6,40	\$ 4,80	\$ 3,20	\$ 81,60	0,037%	96,309%	70,710%	C
foco de colores pequeños e27	102	\$ 2,40	\$ -	\$ 4,80	\$ 5,60	\$ 9,60	\$ -	\$ 9,60	\$ 8,80	\$ 20,80	\$ 7,20	\$ 12,80	\$ -	\$ 81,60	0,037%	96,346%	70,858%	C

foco de colores pequeños e27	102	\$ 2,40	\$ -	\$ 4,80	\$ 5,60	\$ 9,60	\$ -	\$ 9,60	\$ 8,80	\$ 20,80	\$ 7,20	\$ 12,80	\$ -	\$ 81,60	0,037%	96,346%	70,858%	C	
Candado barril wuzy 60	17	\$ -	\$ 9,60	\$ 4,80	\$ 9,60	\$ 4,80	\$ 9,60	\$ 4,80	\$ 9,60	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 81,60	0,037%	96,383%	71,006%	C	
litros de desoxidantes	29	\$ 11,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 30,80	\$ -	\$ 8,40	\$ -	\$ -	\$ 19,60	\$ 11,20	\$ -	\$ 81,20	0,037%	96,419%	71,154%	C	
union 3/4	145	\$ 5,60	\$ 6,72	\$ 8,40	\$ 6,72	\$ 7,84	\$ 7,28	\$ 9,52	\$ 6,72	\$ 7,28	\$ 8,96	\$ 1,68	\$ 4,48	\$ 81,20	0,037%	96,456%	71,302%	C	
Pernos cabeza coco 1/4x 1"	2023	\$ 9,36	\$ 3,12	\$ 9,72	\$ 9,36	\$ 9,24	\$ 3,04	\$ 4,92	\$ 4,92	\$ 5,80	\$ 9,36	\$ 9,36	\$ 2,72	\$ 80,92	0,036%	96,492%	71,450%	C	
maskin 3/4	101	\$ 9,60	\$ 8,00	\$ 7,20	\$ 5,60	\$ 6,40	\$ 7,20	\$ 5,60	\$ 7,20	\$ 6,40	\$ 5,60	\$ 6,40	\$ 5,60	\$ 80,80	0,036%	96,528%	71,598%	C	
Abrazadera para manguera 2	77	\$ 5,20	\$ 7,28	\$ 8,32	\$ 7,28	\$ 8,32	\$ 7,28	\$ 6,24	\$ 5,20	\$ 5,20	\$ 5,20	\$ 8,32	\$ 6,24	\$ 80,08	0,036%	96,564%	71,746%	C	
Discos corte metal 7"	50	\$ 19,20	\$ -	\$ 4,80	\$ 3,20	\$ 6,40	\$ -	\$ 6,40	\$ -	\$ 22,40	\$ 6,40	\$ 11,20	\$ -	\$ 80,00	0,036%	96,600%	71,893%	C	
acople dc400	4	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 20,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 80,00	0,036%	96,636%	72,041%	C	
Lijadora BOSCH	1	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 80,00	\$ -	\$ 80,00	0,036%	96,672%	72,189%	C
Universal 3/4 Plastigama Rojo	55	\$ 7,20	\$ 7,20	\$ 5,76	\$ 11,52	\$ 7,20	\$ 5,76	\$ 4,32	\$ 5,76	\$ 4,32	\$ 5,76	\$ 5,76	\$ 8,64	\$ 79,20	0,036%	96,708%	72,337%	C	
Playos Stanley	14	\$ 22,40	\$ -	\$ 16,80	\$ -	\$ -	\$ 16,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 11,20	\$ -	\$ 11,20	\$ 78,40	0,035%	96,743%	72,485%	C	
Unión de desagüe de 4" PLASTIGAMA	49	\$ 3,20	\$ 11,20	\$ 4,80	\$ 6,40	\$ 9,60	\$ 4,80	\$ 8,00	\$ 4,80	\$ 6,40	\$ 8,00	\$ 4,80	\$ 6,40	\$ 78,40	0,035%	96,778%	72,633%	C	
juego de desarmadores para joyero Sytanley	13	\$ 6,00	\$ -	\$ 18,00	\$ 12,00	\$ 18,00	\$ -	\$ 6,00	\$ -	\$ -	\$ 18,00	\$ -	\$ -	\$ 78,00	0,035%	96,813%	72,781%	C	
Nilon Araty 70mm	39	\$ 10,00	\$ 8,00	\$ 4,00	\$ 6,00	\$ 4,00	\$ 8,00	\$ 4,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 8,00	\$ 6,00	\$ 16,00	\$ 78,00	0,035%	96,848%	72,929%	C	
rachet 1/4	13	\$ 18,00	\$ -	\$ 18,00	\$ -	\$ -	\$ 18,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12,00	\$ -	\$ 12,00	\$ 78,00	0,035%	96,884%	73,077%	C	
foco ahorrador silvanya 42w espiral	12	\$ 38,40	\$ -	\$ -	\$ 19,20	\$ 19,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 76,80	0,035%	96,918%	73,225%	C	
Llave boca y corona Stanley 22	12	\$ 12,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 19,20	\$ -	\$ 32,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12,80	\$ 76,80	0,035%	96,953%	73,373%	C	
llave para tubo 12"	12	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 76,80	0,035%	96,987%	73,521%	C	
T de desagüe 2" PLASTIGAMA	64	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 8,40	\$ 6,00	\$ 8,40	\$ 6,00	\$ 8,40	\$ 6,00	\$ 4,80	\$ 6,00	\$ 4,80	\$ 6,00	\$ 76,80	0,035%	97,022%	73,669%	C	
Unión de desagüe de 3" PLASTIGAMA	48	\$ 6,40	\$ 4,80	\$ 8,00	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 6,40	\$ 8,00	\$ 4,80	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 4,80	\$ 8,00	\$ 76,80	0,035%	97,056%	73,817%	C	
Breaker Square D 40	14	\$ 16,32	\$ 5,44	\$ 5,44	\$ 5,44	\$ 5,44	\$ 5,44	\$ 5,44	\$ 5,44	\$ 5,44	\$ 5,44	\$ 5,44	\$ 5,44	\$ 76,16	0,034%	97,090%	73,964%	C	
litro barniz	21	\$ 14,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 7,20	\$ -	\$ 28,80	\$ 25,20	\$ -	\$ -	\$ 75,60	0,034%	97,124%	74,112%	C	
clavo para cemento 4"	20	\$ 7,52	\$ 11,28	\$ 3,76	\$ 11,28	\$ 7,52	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 7,52	\$ 7,52	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 75,20	0,034%	97,158%	74,260%	C	
Toma coaxial BOSSI	31	\$ 4,80	\$ 7,20	\$ 4,80	\$ 9,60	\$ 2,40	\$ 4,80	\$ 9,60	\$ 7,20	\$ 4,80	\$ 7,20	\$ 4,80	\$ 7,20	\$ 74,40	0,033%	97,192%	74,408%	C	
acople a400	5	\$ 14,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 14,40	\$ 14,40	\$ -	\$ -	\$ 14,40	\$ -	\$ 14,40	\$ 72,00	0,032%	97,224%	74,556%	C	
acople c150	6	\$ 12,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12,00	\$ -	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ -	\$ 72,00	0,032%	97,256%	74,704%	C	
acoples f300	6	\$ 24,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 72,00	0,032%	97,289%	74,852%	C	
llave boca y corona 1 1/8	15	\$ 4,80	\$ -	\$ 19,20	\$ -	\$ 38,40	\$ -	\$ 9,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 72,00	0,032%	97,321%	75,000%	C	
Palos para pico	36	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 24,00	\$ -	\$ -	\$ 24,00	\$ 20,00	\$ 4,00	\$ 72,00	0,032%	97,353%	75,148%	C	
acoples b300	4	\$ 35,20	\$ -	\$ -	\$ 17,60	\$ 17,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 70,40	0,032%	97,385%	75,296%	C	
maskin 11/2	44	\$ 6,40	\$ 4,80	\$ 8,00	\$ 6,40	\$ 4,80	\$ 8,00	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 4,80	\$ 3,20	\$ 4,80	\$ 3,20	\$ 70,40	0,032%	97,417%	75,444%	C	
cable flexible 18 rollo	3	\$ 46,40	\$ -	\$ -	\$ 23,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 69,60	0,031%	97,448%	75,592%	C	
uhu gotra magica	114	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 7,20	\$ 6,00	\$ 3,60	\$ 4,20	\$ 3,60	\$ 4,80	\$ 7,20	\$ 8,40	\$ 5,40	\$ 68,40	0,031%	97,479%	75,740%	C	
caja de breaker 2h	4	\$ -	\$ -	\$ 16,80	\$ -	\$ -	\$ 33,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 16,80	\$ 67,20	0,030%	97,509%	75,888%	C	
T de desagüe de 2" RIVAL	55	\$ 6,00	\$ 4,80	\$ 6,00	\$ 4,80	\$ 7,20	\$ 4,80	\$ 3,60	\$ 6,00	\$ 4,80	\$ 7,20	\$ 6,00	\$ 4,80	\$ 66,00	0,030%	97,539%	76,036%	C	
sapos american home	82	\$ 5,60	\$ 4,80	\$ 6,40	\$ 5,60	\$ 4,80	\$ 4,00	\$ 5,60	\$ 6,40	\$ 5,60	\$ 6,40	\$ 5,60	\$ 4,80	\$ 65,60	0,029%	97,568%	76,183%	C	
Abrazadera para manguera 1 1/4	82	\$ 8,00	\$ 4,80	\$ 4,00	\$ 3,20	\$ 5,60	\$ 6,40	\$ 7,20	\$ 4,00	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 5,60	\$ 7,20	\$ 65,60	0,029%	97,598%	76,331%	C	
Nilon Araty 60mm	41	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 4,80	\$ 8,00	\$ 4,80	\$ 3,20	\$ 6,40	\$ 4,80	\$ 8,00	\$ 4,80	\$ 3,20	\$ 1,60	\$ 65,60	0,029%	97,627%	76,479%	C	
piola de algodón pequeña	74	\$ 5,28	\$ 6,16	\$ 7,04	\$ 5,28	\$ 6,16	\$ 4,40	\$ 6,16	\$ 7,04	\$ 5,28	\$ 4,40	\$ 3,52	\$ 4,40	\$ 65,12	0,029%	97,656%	76,627%	C	
Nveles Stanley 24"	8	\$ 8,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 24,00	\$ -	\$ -	\$ 8,00	\$ -	\$ 24,00	\$ 64,00	0,029%	97,685%	76,775%	C	
rollo piola 3h	1	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 64,00	0,029%	97,714%	76,923%	C	
silicon pasta abro rojo	32	\$ 8,00	\$ 6,00	\$ 8,00	\$ 6,00	\$ 4,00	\$ 6,00	\$ 4,00	\$ 6,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 4,00	\$ 8,00	\$ 64,00	0,029%	97,743%	77,071%	C	
cinta de embalaje 80 yardas trans.	53	\$ 2,40	\$ 3,60	\$ 4,80	\$ 3,60	\$ 4,80	\$ 3,60	\$ 4,80	\$ 3,60	\$ 4,80	\$ 6,00	\$ 7,20	\$ 14,40	\$ 63,60	0,029%	97,771%	77,219%	C	
acople e400	3	\$ 20,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 20,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 20,80	\$ -	\$ 62,40	0,028%	97,799%	77,367%	C	
llave para tubo 10"	13	\$ 9,60	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 62,40	0,028%	97,827%	77,515%	C	
Remaches 5/32x1/2	14	\$ 17,60	\$ -	\$ -	\$ 17,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8,80	\$ 4,40	\$ 4,40	\$ 4,40	\$ 4,40	\$ 61,60	0,028%	97,855%	77,663%	C	
Grillete para cadena 3/8	51	\$ 15,60	\$ -	\$ 2,40	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ -	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 7,20	\$ 7,20	\$ -	\$ -	\$ 61,20	0,028%	97,883%	77,811%	C	

Unión de desagüe de 4" RIVAL	51	\$ 4,80	\$ 6,00	\$ 7,20	\$ 8,40	\$ 7,20	\$ 3,60	\$ 3,60	\$ 3,60	\$ 6,00	\$ 3,60	\$ 2,40	\$ 4,80	\$ 61,20	0,028%	97,910%	77,959%	C
silicon cartuchos blanco	19	\$ 3,20	\$ 6,40	\$ 3,20	\$ 6,40	\$ 3,20	\$ 6,40	\$ 3,20	\$ 3,20	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 60,80	0,027%	97,937%	78,107%	C
Universal 3/4	38	\$ 3,20	\$ 4,80	\$ 3,20	\$ 11,20	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 3,20	\$ 4,80	\$ 6,40	\$ 4,80	\$ 3,20	\$ 6,40	\$ 60,80	0,027%	97,965%	78,254%	C
piola para trompoi pequeña	58	\$ 4,16	\$ 6,24	\$ 5,20	\$ 4,16	\$ 7,28	\$ 6,24	\$ 5,20	\$ 4,16	\$ 6,24	\$ 5,20	\$ 4,16	\$ 2,08	\$ 60,32	0,027%	97,992%	78,402%	C
Nilon Araty 50mm	47	\$ 5,12	\$ 5,12	\$ 3,84	\$ 6,40	\$ 3,84	\$ 6,40	\$ 3,84	\$ 5,12	\$ 3,84	\$ 5,12	\$ 3,84	\$ 7,68	\$ 60,16	0,027%	98,019%	78,550%	C
acople b150	5	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12,00	\$ -	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ -	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ -	\$ 60,00	0,027%	98,046%	78,698%	C
acople d200	5	\$ 12,00	\$ -	\$ 12,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12,00	\$ -	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ -	\$ 60,00	0,027%	98,073%	78,846%	C
chaleco salvavidas	5	\$ -	\$ -	\$ 12,00	\$ -	\$ -	\$ 12,00	\$ -	\$ -	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ -	\$ 60,00	0,027%	98,100%	78,994%	C
dado mando de 1/2x3/4	25	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 9,60	\$ 12,00	\$ -	\$ 2,40	\$ 9,60	\$ 14,40	\$ 7,20	\$ 4,80	\$ -	\$ 60,00	0,027%	98,127%	79,142%	C
Plancha de Ziunc de 10 pies	10	\$ -	\$ -	\$ 18,00	\$ -	\$ -	\$ 18,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12,00	\$ -	\$ 12,00	\$ 60,00	0,027%	98,154%	79,290%	C
sinsarn	44	\$ 2,72	\$ 5,44	\$ 4,08	\$ 6,80	\$ 4,08	\$ 5,44	\$ 4,08	\$ 5,44	\$ 4,08	\$ 5,44	\$ 6,80	\$ 5,44	\$ 59,84	0,027%	98,181%	79,438%	C
dado mando de 1/2x1/2	29	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 14,00	\$ 12,00	\$ -	\$ 4,00	\$ -	\$ 12,00	\$ -	\$ 16,00	\$ -	\$ 58,00	0,026%	98,207%	79,586%	C
lijas220	181	\$ 9,60	\$ 6,40	\$ 4,80	\$ 3,84	\$ 4,48	\$ 5,44	\$ 0,64	\$ 4,48	\$ 4,16	\$ 4,48	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 57,92	0,026%	98,233%	79,734%	C
Cono de Seguridad de 25 cms.	9	\$ 12,80	\$ -	\$ 6,40	\$ 19,20	\$ 19,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 57,60	0,026%	98,259%	79,882%	C
bisagras 2"	144	\$ 4,00	\$ 4,80	\$ 5,20	\$ 5,60	\$ 5,20	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 5,20	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 3,60	\$ 57,60	0,026%	98,285%	80,030%	C
foco ahorrador espiral master 105	4	\$ 57,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 57,60	0,026%	98,311%	80,178%	C
Interruptor simple BOSSI	47	\$ 7,20	\$ -	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 2,40	\$ -	\$ 9,60	\$ 8,40	\$ 8,40	\$ -	\$ 10,80	\$ -	\$ 56,40	0,025%	98,336%	80,325%	C
acople b100	7	\$ 16,00	\$ 8,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8,00	\$ -	\$ 8,00	\$ -	\$ -	\$ 16,00	\$ -	\$ 56,00	0,025%	98,361%	80,473%	C
Desarmador plano estrella Stanley	17	\$ 9,60	\$ -	\$ -	\$ 22,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,20	\$ 19,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 54,40	0,024%	98,386%	80,621%	C
Cheques horizontales de 1 1/2	4	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 13,60	\$ -	\$ 13,60	\$ -	\$ 13,60	\$ 13,60	\$ -	\$ -	\$ 54,40	0,024%	98,410%	80,769%	C
Llave boca y corona Stanley 34	3	\$ 52,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 52,80	0,024%	98,434%	80,917%	C
Llave boca y corona Stanley 20	11	\$ 4,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,80	\$ 14,40	\$ 9,60	\$ 14,40	\$ 4,80	\$ -	\$ -	\$ 52,80	0,024%	98,457%	81,065%	C
dado mando de 1/2x11	32	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8,00	\$ -	\$ 1,60	\$ 8,00	\$ 9,60	\$ 11,20	\$ 12,80	\$ -	\$ 51,20	0,023%	98,480%	81,213%	C
Nieves Stanley 12"	8	\$ 19,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 25,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,40	\$ 51,20	0,023%	98,503%	81,361%	C
acoples dc300	3	\$ 16,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 16,80	\$ -	\$ 16,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 50,40	0,023%	98,526%	81,509%	C
Breaker Square D50	9	\$ 16,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 16,80	\$ 16,80	\$ 50,40	0,023%	98,549%	81,657%	C
Nilon Araty 40mm	42	\$ 7,20	\$ 2,40	\$ 4,80	\$ 7,20	\$ 4,80	\$ 2,40	\$ 2,40	\$ 3,60	\$ 4,80	\$ 2,40	\$ 3,60	\$ 4,80	\$ 50,40	0,023%	98,571%	81,805%	C
dado mando de 1/2x10	31	\$ 4,80	\$ -	\$ 9,60	\$ 11,20	\$ 9,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 14,40	\$ -	\$ 49,60	0,022%	98,594%	81,953%	C
Desarmador plano plano Stanley	15	\$ 9,60	\$ -	\$ 12,80	\$ 22,40	\$ -	\$ -	\$ 3,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 48,00	0,022%	98,615%	82,101%	C
acople dc200	4	\$ 12,00	\$ -	\$ 12,00	\$ -	\$ -	\$ 12,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12,00	\$ -	\$ 48,00	0,022%	98,637%	82,249%	C
acoples e300	3	\$ 32,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 16,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 48,00	0,022%	98,659%	82,396%	C
Plancha de Zinc de 8 pies	10	\$ -	\$ -	\$ 14,40	\$ -	\$ -	\$ 14,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 9,60	\$ -	\$ 9,60	\$ 48,00	0,022%	98,680%	82,544%	C
Clavos para madera 1" caja	2	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 23,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 23,20	\$ -	\$ -	\$ 46,40	0,021%	98,701%	82,692%	C
dado mando de 1/2x17	23	\$ 6,00	\$ -	\$ 4,00	\$ 8,00	\$ 6,00	\$ -	\$ 4,00	\$ 2,00	\$ 8,00	\$ -	\$ 8,00	\$ -	\$ 46,00	0,021%	98,722%	82,840%	C
Palos para pala	23	\$ -	\$ 12,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 24,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,00	\$ 6,00	\$ 46,00	0,021%	98,742%	82,988%	C
foco ahorrador chino 20w	25	\$ 45,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 45,00	0,020%	98,763%	83,136%	C
llave boca y corona 13	56	\$ 0,80	\$ -	\$ -	\$ 4,80	\$ 7,20	\$ -	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 7,20	\$ 8,00	\$ 4,00	\$ -	\$ 44,80	0,020%	98,783%	83,284%	C
Candado barril wuzzy 25mm	27	\$ -	\$ 6,40	\$ 8,00	\$ 4,80	\$ 3,20	\$ 4,80	\$ 3,20	\$ 3,20	\$ 1,60	\$ 3,20	\$ 3,20	\$ 1,60	\$ 43,20	0,019%	98,802%	83,432%	C
Nilon Araty 30mm	54	\$ 4,00	\$ 5,60	\$ 4,00	\$ 3,20	\$ 2,40	\$ 4,00	\$ 2,40	\$ 4,00	\$ 3,20	\$ 4,80	\$ 3,20	\$ 2,40	\$ 43,20	0,019%	98,822%	83,580%	C
picos herragro	6	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 21,60	\$ 21,60	\$ 43,20	0,019%	98,841%	83,728%	C
dado mando de 1/2x7/16	21	\$ 6,00	\$ -	\$ -	\$ 10,00	\$ 6,00	\$ -	\$ -	\$ 2,00	\$ 10,00	\$ 8,00	\$ -	\$ -	\$ 42,00	0,019%	98,860%	83,876%	C
Llave boca y corona Stanley 36	2	\$ 41,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 41,60	0,019%	98,879%	84,024%	C
pedra de afilar norton	14	\$ 11,84	\$ -	\$ 8,88	\$ -	\$ -	\$ 8,88	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5,92	\$ -	\$ 5,92	\$ 41,44	0,019%	98,897%	84,172%	C
Llave boca y corona Stanley 19	10	\$ 4,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8,00	\$ -	\$ 12,00	\$ 8,00	\$ -	\$ 8,00	\$ 40,00	0,018%	98,915%	84,320%	C
Piedra de afilar trupper	14	\$ 11,20	\$ -	\$ 8,40	\$ -	\$ -	\$ 8,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5,60	\$ -	\$ 5,60	\$ 39,20	0,018%	98,933%	84,467%	C
dado mando de 1/2x13	24	\$ 4,80	\$ -	\$ 3,20	\$ 9,60	\$ 8,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 9,60	\$ 3,20	\$ -	\$ -	\$ 38,40	0,017%	98,950%	84,615%	C
acople b200	4	\$ 9,60	\$ -	\$ 9,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 9,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 9,60	\$ -	\$ 38,40	0,017%	98,967%	84,763%	C
acople tapon macho 3	6	\$ 12,80	\$ -	\$ 6,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 38,40	0,017%	98,985%	84,911%	C
Piedra de afilar chino	48	\$ 4,80	\$ -	\$ 2,40	\$ 3,20	\$ 4,80	\$ 2,40	\$ 5,60	\$ 3,20	\$ 3,20	\$ 2,40	\$ 2,40	\$ 4,00	\$ 38,40	0,017%	99,002%	85,059%	C
caja chinchos 5/8	29	\$ -	\$ 3,84	\$ 2,56	\$ 5,12	\$ 2,56	\$ 2,56	\$ -	\$ 5,12	\$ 2,56	\$ 7,68	\$ -	\$ 5,12	\$ 37,12	0,017%	99,018%	85,207%	C

caja chinchos 5/8	29	\$ -	\$ 3,84	\$ 2,56	\$ 5,12	\$ 2,56	\$ 2,56	\$ -	\$ 5,12	\$ 2,56	\$ 7,68	\$ -	\$ 5,12	\$ 37,12	0,017%	99,018%	85,207%	C
foco ahorrador espiral 65w osram	4	\$ 36,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 36,80	0,017%	99,035%	85,355%	C
llave boca y corona 1/4	23	\$ 1,60	\$ -	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ -	\$ -	\$ 3,20	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ -	\$ 6,40	\$ -	\$ 36,80	0,017%	99,052%	85,503%	C
Llave boca y corona Stanley 10	23	\$ 1,60	\$ 3,20	\$ 6,40	\$ 3,20	\$ 11,20	\$ 3,20	\$ -	\$ 1,60	\$ 1,60	\$ -	\$ 4,80	\$ -	\$ 36,80	0,017%	99,068%	85,651%	C
Polvo de emporar verde	13	\$ 8,40	\$ -	\$ 8,40	\$ -	\$ -	\$ 8,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5,60	\$ -	\$ 5,60	\$ 36,40	0,016%	99,084%	85,799%	C
atomizadores polasticos	18	\$ 6,00	\$ 8,00	\$ -	\$ -	\$ 10,00	\$ -	\$ 12,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 36,00	0,016%	99,101%	85,947%	C
dado mando de 1/2x21	15	\$ 4,80	\$ -	\$ -	\$ 7,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,40	\$ 2,40	\$ 7,20	\$ 12,00	\$ -	\$ 36,00	0,016%	99,117%	86,095%	C
dado mando de 1/2x22	15	\$ 4,80	\$ -	\$ 4,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 7,20	\$ -	\$ 14,40	\$ -	\$ 4,80	\$ -	\$ 36,00	0,016%	99,133%	86,243%	C
caja chinchos 1/2	24	\$ -	\$ 5,76	\$ 4,32	\$ -	\$ 5,76	\$ -	\$ 5,76	\$ -	\$ 5,76	\$ -	\$ -	\$ 7,20	\$ 34,56	0,016%	99,149%	86,391%	C
dado mando de 1/2x20	14	\$ 4,80	\$ -	\$ 2,40	\$ 4,80	\$ 9,60	\$ -	\$ 9,60	\$ 2,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 33,60	0,015%	99,164%	86,538%	C
Polvo de emporar ladrillo	12	\$ 5,60	\$ -	\$ 8,40	\$ -	\$ -	\$ 8,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5,60	\$ -	\$ 5,60	\$ 33,60	0,015%	99,179%	86,686%	C
Silicon pasta abro negro	14	\$ 4,80	\$ 2,40	\$ -	\$ 4,80	\$ -	\$ 2,40	\$ -	\$ 2,40	\$ 12,00	\$ 2,40	\$ -	\$ 2,40	\$ 33,60	0,015%	99,194%	86,834%	C
foco aji e12	72	\$ 1,79	\$ 1,34	\$ 1,79	\$ 2,24	\$ 2,69	\$ -	\$ 2,69	\$ 3,14	\$ 7,62	\$ 1,79	\$ 7,17	\$ -	\$ 32,26	0,015%	99,208%	86,982%	C
acople f200	4	\$ 8,00	\$ -	\$ -	\$ 8,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8,00	\$ -	\$ 8,00	\$ 32,00	0,014%	99,223%	87,130%	C
dado mando de 1/2x14	20	\$ -	\$ -	\$ 4,80	\$ -	\$ 8,00	\$ -	\$ 4,80	\$ -	\$ 8,00	\$ 6,40	\$ -	\$ -	\$ 32,00	0,014%	99,237%	87,278%	C
dado mando de 1/2x15	20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,80	\$ 6,40	\$ -	\$ 6,40	\$ 4,80	\$ -	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ -	\$ 32,00	0,014%	99,252%	87,426%	C
dado mando de 1/2x5/8	16	\$ 4,00	\$ -	\$ 4,00	\$ -	\$ 8,00	\$ -	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ -	\$ 8,00	\$ 4,00	\$ -	\$ 32,00	0,014%	99,266%	87,574%	C
foco ahorrador blister 20w	20	\$ 32,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 32,00	0,014%	99,280%	87,722%	C
grapas para pistola Stanley 5/16	8	\$ -	\$ -	\$ 8,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12,00	\$ -	\$ -	\$ 12,00	\$ -	\$ 32,00	0,014%	99,295%	87,870%	C
Llave boca y corona Stanley 11	13	\$ 2,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,80	\$ 14,40	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 31,20	0,014%	99,309%	88,018%	C
Polvo de emporar café	11	\$ 2,80	\$ -	\$ 8,40	\$ -	\$ -	\$ 8,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5,60	\$ -	\$ 5,60	\$ 30,80	0,014%	99,323%	88,166%	C
Polvo de emporar celeste	11	\$ 2,80	\$ -	\$ 8,40	\$ -	\$ -	\$ 8,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5,60	\$ -	\$ 5,60	\$ 30,80	0,014%	99,336%	88,314%	C
Nivelea Stanley 36"	2	\$ 30,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 30,40	0,014%	99,350%	88,462%	C
lijas 150	90	\$ 6,40	\$ -	\$ 4,80	\$ 5,76	\$ 9,60	\$ -	\$ 0,64	\$ 1,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 28,80	0,013%	99,363%	88,609%	C
Llave boca y corona Stanley 15	9	\$ 3,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12,80	\$ 6,40	\$ 28,80	0,013%	99,376%	88,757%	C
acople a200	6	\$ 4,80	\$ -	\$ 4,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ -	\$ -	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 28,80	0,013%	99,389%	88,905%	C
foco ahorrador majivu 65w	4	\$ 28,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 28,80	0,013%	99,402%	89,053%	C
Llave boca y corona Stanley 23	4	\$ 7,20	\$ -	\$ -	\$ 21,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 28,80	0,013%	99,415%	89,201%	C
Cheques horizontales de 1 1/4	3	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ 9,60	\$ -	\$ 28,80	0,013%	99,428%	89,349%	C
grapas para cable 1/2 cajita	9	\$ 9,60	\$ -	\$ 6,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,40	\$ -	\$ -	\$ 6,40	\$ -	\$ -	\$ 28,80	0,013%	99,441%	89,497%	C
Discos corte metal 4"	35	\$ -	\$ -	\$ 3,20	\$ 3,20	\$ 4,80	\$ -	\$ -	\$ 1,60	\$ 9,60	\$ 4,00	\$ 1,60	\$ -	\$ 28,00	0,013%	99,453%	89,645%	C
acople a150	7	\$ 12,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ -	\$ 4,00	\$ 28,00	0,013%	99,466%	89,793%	C
dado mando de 1/2x18	14	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,00	\$ -	\$ 10,00	\$ -	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ -	\$ -	\$ 28,00	0,013%	99,478%	89,941%	C
Polvo de emporar azul oscuro	10	\$ -	\$ -	\$ 8,40	\$ -	\$ -	\$ 8,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5,60	\$ -	\$ 5,60	\$ 28,00	0,013%	99,491%	90,089%	C
Llave boca y corona Stanley 29	2	\$ 27,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 27,20	0,012%	99,503%	90,237%	C
acople he 1 1/4	3	\$ 8,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 17,60	\$ 26,40	0,012%	99,515%	90,385%	C
clavo para cemento 1"	11	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 9,60	\$ 7,20	\$ -	\$ 9,60	\$ -	\$ -	\$ 26,40	0,012%	99,527%	90,533%	C
llave boca y corona 11	33	\$ 0,80	\$ 0,80	\$ 0,80	\$ -	\$ 5,60	\$ -	\$ 3,20	\$ 3,20	\$ 3,20	\$ 3,20	\$ 4,00	\$ 1,60	\$ 26,40	0,012%	99,539%	90,680%	C
Grillete para cadena 1/2	41	\$ -	\$ -	\$ 2,56	\$ 2,56	\$ 2,56	\$ -	\$ 3,20	\$ 3,20	\$ 4,48	\$ 3,20	\$ 4,48	\$ -	\$ 26,24	0,012%	99,551%	90,828%	C
dado mando de 1/2x16	13	\$ 6,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8,00	\$ -	\$ -	\$ 2,00	\$ -	\$ 4,00	\$ 6,00	\$ -	\$ 26,00	0,012%	99,562%	90,976%	C
Polvo de emporar blanco	20	\$ 12,80	\$ -	\$ 3,84	\$ -	\$ -	\$ 3,84	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,56	\$ -	\$ 2,56	\$ 25,60	0,012%	99,574%	91,124%	C
lijas n360	79	\$ 16,00	\$ -	\$ -	\$ 2,24	\$ 2,88	\$ -	\$ 0,32	\$ -	\$ 1,28	\$ 1,60	\$ 0,96	\$ -	\$ 25,28	0,011%	99,585%	91,272%	C
bisagras 1 1/2	102	\$ 0,72	\$ 1,20	\$ 1,44	\$ 2,40	\$ 2,88	\$ -	\$ 2,88	\$ 2,88	\$ -	\$ 3,12	\$ 3,84	\$ 3,12	\$ 24,48	0,011%	99,596%	91,420%	C
dado mando de 1/2x 3/8	15	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,40	\$ 8,00	\$ 4,80	\$ -	\$ -	\$ 24,00	0,011%	99,607%	91,568%	C
acople dp200	5	\$ -	\$ -	\$ 4,80	\$ -	\$ 4,80	\$ -	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ -	\$ 4,80	\$ -	\$ -	\$ 24,00	0,011%	99,618%	91,716%	C
acoples a300	2	\$ 24,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 24,00	0,011%	99,629%	91,864%	C
dado mando de 1/2x19	10	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 9,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,80	\$ 9,60	\$ -	\$ -	\$ 24,00	0,011%	99,639%	92,012%	C
dado mando de 1/2x9/16	12	\$ -	\$ -	\$ 4,00	\$ 10,00	\$ -	\$ -	\$ 4,00	\$ 2,00	\$ -	\$ -	\$ 4,00	\$ -	\$ 24,00	0,011%	99,650%	92,160%	C

Llave boca y corona Stanley 14	10	\$ 2.40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 24.00	0,011%	99,661%	92,308%	C
Llave boca y corona Stanley 26	2	\$ 24,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 24,00	0,011%	99,672%	92,456%	C
Spray eter	5	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 9,60	\$ -	\$ -	\$ 9,60	\$ -	\$ -	\$ 4,80	\$ 24,00	0,011%	99,683%	92,604%	C
lijas 36	72	\$ 15,04	\$ -	\$ 2,56	\$ -	\$ 1,60	\$ -	\$ 0,64	\$ -	\$ 1,60	\$ 1,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 23,04	0,010%	99,693%	92,751%	C
caja de breaker 1h	2	\$ -	\$ -	\$ 11,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 11,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22,40	0,010%	99,703%	92,899%	C
llave boca y corona 1/2	9	\$ 2,40	\$ -	\$ 14,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 21,60	0,010%	99,713%	93,047%	C
Llave boca y corona Stanley 12	9	\$ 2,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,80	\$ 7,20	\$ 7,20	\$ -	\$ -	\$ 21,60	0,010%	99,722%	93,195%	C
dado mando de 1/2x 5/16	13	\$ 4,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,40	\$ -	\$ 8,00	\$ 1,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 20,80	0,009%	99,732%	93,343%	C
Llave boca y corona Stanley 8	13	\$ 3,20	\$ 1,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,80	\$ -	\$ -	\$ 4,80	\$ 6,40	\$ -	\$ -	\$ 20,80	0,009%	99,741%	93,491%	C
lijas 80	63	\$ 12,80	\$ -	\$ 1,28	\$ 2,88	\$ -	\$ -	\$ 0,32	\$ -	\$ 1,60	\$ -	\$ 1,28	\$ -	\$ -	\$ 20,16	0,009%	99,750%	93,639%	C
cera rally grande	5	\$ -	\$ 8,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,00	\$ -	\$ 4,00	\$ -	\$ -	\$ 4,00	\$ 20,00	0,009%	99,759%	93,787%	C	
dado mando de 1/2x7/8	10	\$ -	\$ -	\$ 6,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,00	\$ -	\$ 12,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 20,00	0,009%	99,768%	93,935%	C	
Polvo de emporar almendra	10	\$ -	\$ -	\$ 6,00	\$ -	\$ -	\$ 6,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,00	\$ -	\$ 4,00	\$ 20,00	0,009%	99,777%	94,083%	C	
Cheques horizontales de 1"	3	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,40	\$ -	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ -	\$ 19,20	0,009%	99,786%	94,231%	C	
dado mando de 1/2x12	12	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,80	\$ -	\$ 9,60	\$ 4,80	\$ -	\$ -	\$ 19,20	0,009%	99,794%	94,379%	C	
grapas paera cable 3/4 cajita	6	\$ 9,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 9,60	\$ -	\$ 19,20	0,009%	99,803%	94,527%	C	
Llave boca y corona Stanley 9	12	\$ 3,20	\$ 1,60	\$ -	\$ 3,20	\$ -	\$ -	\$ 3,20	\$ -	\$ -	\$ 1,60	\$ 4,80	\$ 1,60	\$ 19,20	0,009%	99,812%	94,675%	C	
acople h1	4	\$ 14,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 19,20	0,009%	99,820%	94,822%	C	
dado mando de 1/2x23	8	\$ 2,40	\$ -	\$ 7,20	\$ 9,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 19,20	0,009%	99,829%	94,970%	C	
Llave boca y corona Stanley 13	8	\$ 2,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,80	\$ -	\$ 4,80	\$ -	\$ 7,20	\$ -	\$ 19,20	0,009%	99,838%	95,118%	C	
Disco de lija 60	29	\$ -	\$ -	\$ 1,92	\$ 3,20	\$ 2,56	\$ -	\$ -	\$ 0,64	\$ 2,56	\$ 3,84	\$ 3,84	\$ -	\$ 18,56	0,008%	99,846%	95,266%	C	
Llave boca y corona Stanley 7	11	\$ 4,80	\$ -	\$ 6,40	\$ -	\$ 6,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 17,60	0,008%	99,854%	95,414%	C	
acople c100	3	\$ 5,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5,60	\$ -	\$ -	\$ 16,80	0,008%	99,861%	95,562%	C	
Disco de lija 100	26	\$ -	\$ -	\$ 1,92	\$ 3,84	\$ 1,92	\$ -	\$ -	\$ 0,64	\$ 2,56	\$ 3,84	\$ 1,92	\$ -	\$ 16,64	0,007%	99,869%	95,710%	C	
acople f1	4	\$ 12,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,00	\$ -	\$ 16,00	0,007%	99,876%	95,858%	C	
Disco de lija16	25	\$ -	\$ -	\$ 1,92	\$ 2,56	\$ 3,20	\$ -	\$ 3,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5,12	\$ -	\$ 16,00	0,007%	99,883%	96,006%	C	
flexometros stanley 5metros	5	\$ 16,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 16,00	0,007%	99,890%	96,154%	C	
grapas para pistola Stanley 1/2	4	\$ -	\$ -	\$ 8,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8,00	\$ -	\$ -	\$ 16,00	0,007%	99,898%	96,302%	C	
llave boca y corona 12	20	\$ 0,80	\$ -	\$ 2,40	\$ 3,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,40	\$ 3,20	\$ -	\$ 16,00	0,007%	99,905%	96,450%	C	
Silicon pasta abro gris	8	\$ -	\$ 4,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,00	\$ -	\$ -	\$ 16,00	0,007%	99,912%	96,598%	C	
acople e200	2	\$ 14,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 14,40	0,006%	99,918%	96,746%	C	
cera rally pequeña	6	\$ -	\$ 4,80	\$ 2,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,40	\$ 2,40	\$ -	\$ 2,40	\$ 14,40	0,006%	99,925%	96,893%	C	
foco ahorrador espiral 23w osram	5	\$ 14,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 14,00	0,006%	99,931%	97,041%	C	
acople a100	4	\$ 3,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,20	\$ -	\$ -	\$ 3,20	\$ -	\$ -	\$ 3,20	\$ -	\$ 12,80	0,006%	99,937%	97,189%	C	
flexometros stanley 3 metros	4	\$ 12,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12,80	0,006%	99,943%	97,337%	C	
Grapas para cable 1 cajita	4	\$ 12,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12,80	0,006%	99,949%	97,485%	C	
Llave boca y corona Stanley 16	4	\$ 3,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 9,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12,80	0,006%	99,954%	97,633%	C	
grapas para cable plastica 3/8	151	\$ 0,96	\$ 1,20	\$ 1,20	\$ 1,84	\$ 1,84	\$ -	\$ 0,96	\$ 1,20	\$ 1,04	\$ 0,96	\$ 0,88	\$ -	\$ 12,08	0,005%	99,960%	97,781%	C	
Disco de lija 36	17	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,64	\$ 4,48	\$ 4,48	\$ 1,28	\$ -	\$ 10,88	0,005%	99,965%	97,929%	C	
Disco de lija 80	17	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,20	\$ -	\$ 2,56	\$ 0,64	\$ -	\$ 3,20	\$ 1,28	\$ -	\$ 10,88	0,005%	99,969%	98,077%	C	
Llave boca y corona Stanley 17	3	\$ 3,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 9,60	0,004%	99,974%	98,225%	C	
acople e100	2	\$ 9,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 9,60	0,004%	99,978%	98,373%	C	
acople industrial 1"	2	\$ -	\$ -	\$ 4,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,80	\$ -	\$ 9,60	0,004%	99,982%	98,521%	C	
Disco de lija24	15	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,56	\$ 1,92	\$ -	\$ 3,84	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,28	\$ -	\$ 9,60	0,004%	99,987%	98,669%	C	
Llave boca y corona Stanley 18	2	\$ 4,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8,00	0,004%	99,990%	98,817%	C	
Rollo piola tomatera	2	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8,00	0,004%	99,994%	98,964%	C	
Disco de lija 120	9	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,56	\$ -	\$ 3,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5,76	0,003%	99,997%	99,112%	C	
llave boca y corona 10	7	\$ 0,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,60	\$ 1,60	\$ -	\$ -	\$ 1,60	\$ -	\$ 5,60	0,003%	99,999%	99,260%	C	
grapas para cable plastica 3/4	4	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,28	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,28	0,001%	100,000%	99,408%	C	

grapas para cable plastica 1/2	7	\$ 0,36	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,48	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,84	0,000%	100,000%	99,556%	C
bisagras 1"	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0,000%	100,000%	99,704%	C
Cascos con ratchet	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0,000%	100,000%	99,852%	C
Tupi perless	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0,000%	100,000%	100,000%	C
TOTALES	69718	\$ 21.589,35	\$ 9.908,75	\$ 15.672,50	\$ 19.735,19	\$ 19.510,21	\$ 17.970,26	\$ 18.972,69	\$ 16.544,24	\$ 21.805,55	\$ 19.088,30	\$ 22.858,42	\$ 18.789,57	\$ 222.445,04	100,000%				