



Departamento de Maestrías y Posgrados

“Determinación de la factibilidad comercial, con la introducción de una T- metálica compatible con la ofertada actualmente para la fabricación de cielo raso falso”

**Artículo Académico Previo a la Obtención del Título de Magíster
En Contabilidad y Finanzas, con Mención en
Gerencia y Planeamiento Tributario**

Autor:

Stalin Ludgardo Garate Rodriguez

Director:

Lenin Zuñiga Condo

Cuenca, Ecuador

2014

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo Stalin Ludgardo Garate Rodriguez portador de la Ci. 0301683058, estudiante de la Universidad del Azuay, declaro que las opiniones, comentarios, conclusiones y demás contenido desarrollado en el presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor.

Cuenca a 14 de Agosto de 2014.

(f) Stalin Ludgardo Garate Rodriguez

DEDICATORIA

A mis padres e hijo que de manera incondicional han apoyado para la culminación del presente trabajo.

AGRADECIMIENTO

A la universidad del Azuay por la oportunidad que siempre brinda a los estudiantes para que se sigan preparando para servir a la sociedad.

Al Eco. Lenin Zuñiga, por el tiempo brindado y apoyo incondicional al guiar con sus conocimientos para la culminación del presente trabajo de investigación.

A la empresa Alutec Cia Ltda, Marte Industrias C.A, Maviju S.A quienes aportaron con información valiosa para el desarrollo de esta investigación.

RESUMEN

El presente trabajo indica la aceptación en el mercado de la construcción, de una perfilera metálica utilizada para la fabricación de cielo raso falso, en diferente modulación, esto es módulos de 60x60 o 60*120, que mantiene un enganche perfectamente compatible entre su perfil primario y secundario, con las ya existentes en el mercado tal lo es producto de producción nacional como importado.

Con estos antecedentes se elaboró un análisis de la demanda para identificar los consumidores, el consumo, cuantificar los stocks amortizados de T- metálica en la Ciudad de Cuenca, así como se procedió a determinar la demanda potencial del nuevo producto.

PLABRAS CLAVES

Perfil Primario, Perfil Secundario, Uña, Enganche, Compatible

ABSTRACT

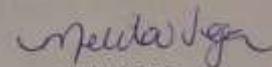
The following project indicates the adoption of metallic framing in the construction industry to build false ceilings in different modulations, meaning in 60x60 or 60x120 modules, which maintain a perfectly compatible latch between their primary and secondary frames, and with those already on the market, including products that are imported and produced locally.

Under these guidelines, a demand analysis was performed to identify consumers and consumption, and to quantify amortized stocks of T-metal in the city of Cuenca to determine potential demand for this new product.

KEYWORDS: primary frame, secondary frame, nail, latch, compatible



Translated by:


Melita Vega

Stalin Ludgardo Gárate Rodriguez

Trabajo de Graduación.

Lenin Zuñiga

Agosto-2014

“Determinación de la factibilidad comercial, con la introducción de una T- metálica compatible con la ofertada actualmente para la fabricación de cielo raso falso”

1.- INTRODUCCION

La producción de T metálica en el Ecuador ha sido muy limitada, razón por la cual se ha dado paso a las importaciones, existiendo actualmente en el Ecuador importadores de este producto que no es compatible con el de producción nacional tanto en el perfil principal como en el secundario, ocasionando insatisfacción en la demanda ya que si se compra T- metálica importada y por cualquier razón al consumidor le falta material para culminar sus trabajos tienen que esperar nuevas importaciones,

Con este antecedente el presente trabajo trata de determinar cuál es la factibilidad comercial al introducir una nueva T- metálica en el mercado perfectamente compatible con las ofertadas actualmente; al momento de que un nuevo participante en esta industria produzca este tipo de perfil con un enganche compatible tanto en el perfil principal como secundario para la construcción de cielo raso falso modular, debido a que en la actualidad dentro del País se comercializa T- metálica de producción nacional e importada que no son compatibles entre sí.

Para el desarrollo de esta investigación, se ha planteado la siguiente interrogante:

¿Cuál será la factibilidad comercial en el mercado de la provincia del Azuay, con la aparición de un nuevo jugador en la industrial del cielo raso falso con la particularidad de que su producto es perfectamente compatible con los perfiles de fabricación nacional como con los importados? La presente investigación permite el;

Análisis de la demanda, de la introducción de una T-metálica para cielo raso falso, que sea compatible con las ofertadas actualmente en la provincia del Azuay.

Así como:

- 1.- Identificar los consumidores actuales de T- metálica en el Cantón de Cuenca.
- 2.- Conocer el consumo actual de T- metálica en Cuenca
- 3.- Cuantificar los niveles de stock amortizados de T-metálica por falta de compatibilidad entre las ofertadas actualmente.
- 4.- Determinar la demanda potencial del nuevo producto.

2. CAPITULO 1: MATERIALES Y METODOS

La investigación se realizó en los Cantones de Cuenca, Azogues y Gualaceo, a 118 participantes de 170, divididos en artesanos y microempresarios, cuya actividad es la fabricación de ventanas, puertas y cielos rasos falsos, la investigación fue exploratoria con la finalidad de obtener información cualitativa del producto, basándose en las conversaciones informales y a través de enfoques formales, como es la entrevista de profundidad que fue dirigida a los Propietarios y Gerentes, para determinar de que si el problema que se percibe en realidad existe.

También se realizó una investigación descriptiva por la necesidad de la obtención de información cuantitativa, orientada a cumplir con el objetivo de esta investigación y determinar información del mercado necesaria.

La investigación descriptiva se realizó en base a un cuestionario compuesto de once preguntas de opción múltiple, con el objetivo de llegar a tener conocimiento sobre el producto que adquiere, la frecuencia de compra y la aceptación de un nuevo diseño de producto.

Al tratarse de un universo finito se aplicó la siguiente ecuación para determinar el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2(N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Ecuación 1: Tamaño de la Muestra Población Finita y Conocida
Fuente: Murray R. Spiegel Y Larry J. Stephens, Estadística

De la aplicación de la ecuación resulto, que de una Población de 170 personas, el tamaño de la investigación es de 118 posibles consumidores, utilizando un error muestra del 5%, y un nivel de confianza del 95%,

Como el universo es finito se aplicó la siguiente ecuación para el error de la muestra.

$$e = \alpha_c * \sqrt{\frac{0,5^2}{n} * \frac{N-n}{N-1}}$$

Para la tabulación de los datos, se procedió ingresar la información en hoja de cálculo Excel y así se procedió al análisis de los resultados,

3. CAPITULO 2: RESULTADOS

2.1 COMERCIALIZACION DE T METALICA EN LOS CANTONES DE CUENCA AZOGUES Y GUALACEO.

La comercialización de perfilera metálica en el mercado definido lo realizan dos empresas; una industrial como es Marte Industrias C.A y la otra; una Importadora como es Maviju S.A, estas realizan la venta de perfilera a través de Distribuidores distinguidos los mismos que son escogidos de un grupo selectos de posibles representantes.

2.1.1 MARTE INDUSTRIAS C.A PRODUCTORA DE PERFILERIA PREPINTADA NACIONAL

Esta Empresa fue fundada en el año de 1965 por el Sr. Yehuda Grun Weiss con el Sr. Norberto Wywi en un principio se importa máquinas para fabricar lana de acero exclusivamente en un principio se empezó fabricando lana de acero para rasquetear pisos y esponjilla para lavar las ollas.

Con el pasar de los años se importa de Europa fibras abrasivas y absorbentes para limpieza del hogar todos estos productos los comercializamos con la marca "LUSTRE"

Todos estos productos se empezaron a vender en la ciudad de Quito y poco a poco se empezó a conseguir distribuidores en todo el país, con el pasar del tiempo, cuando aparecieron los supermercados hasta la actualidad con una gama completa de productos de limpieza para todos los supermercados del país.

Y desde ya 25 años atrás MARTE INDUSTRIAS C.A. debido a la abundancia de Marcas de productos de limpieza empieza a fabricar productos de construcción estructuras para cielo raso falso y paredes de yeso.

2.1.2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA MARTE INDUSTRIAS

La Empresa MARTE INDUSTRIAS C.A. se encuentra ubicada en las calles: Catarama E5-116 y Pimampiro Sector San Bartolo Junto al Cuartel Eplica chima, del Distrito Metropolitano de Quito, Provincia Pichincha.

El área en donde se encuentra la empresa es de 8000 m², de los cuales 4800m² está compuesta de todos los galpones de producción y oficinas y los 3200m² son espacios verdes y con calles y patios incluidos.

Estamos ubicados en la zona industrial de la parte sur oriental junto a la Empresa HANSA S.A Y ANILEC C.A.

Fuente.- Marte Industrias C.A

2.1.3 DISEÑO DEL PRODUCTO MARTE INDUSTRIAS

A continuación se presenta el diseño de producto nacional, en donde se puede observar la particularidad de su enganche, que tiene una pequeña uña que solo puede ingresar en su perfil complementario.

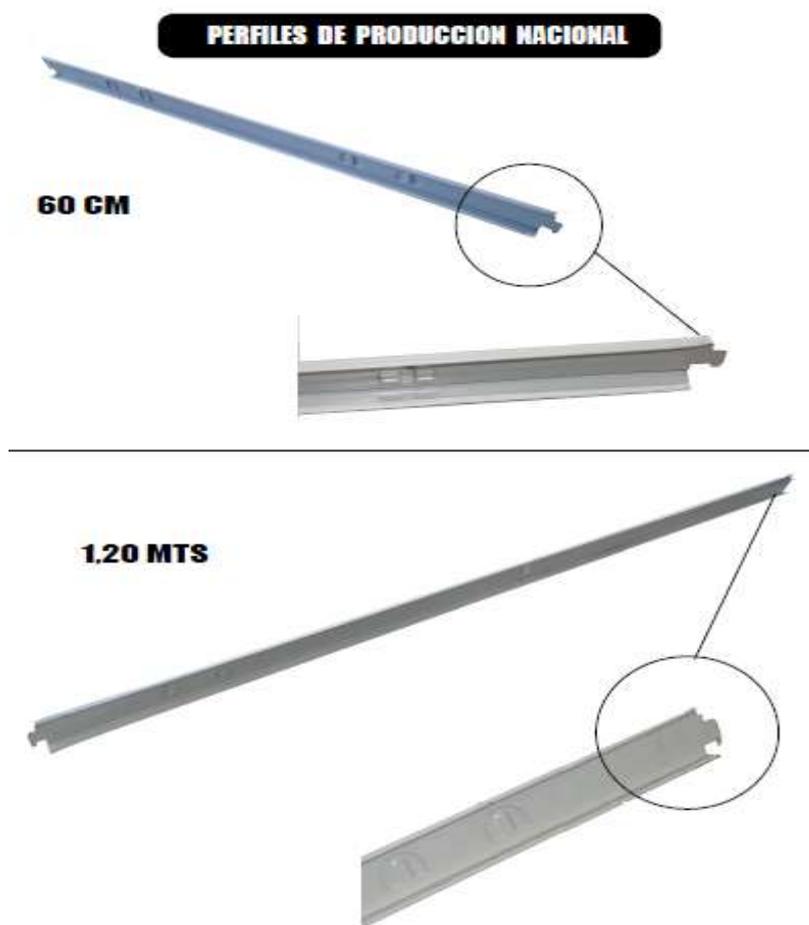


Ilustración 1.- Diseño perfilera metálica Producción Nacional

2.1.4 ARMADO DE PERFLERIA DE PRODUCCION NACIONAL MARTE INDUSTRIAS

Se puede observar claramente que los perfiles de producción nacional, entre si se acoplan perfectamente formando su estructura para la fabricación de un cielo raso falso.

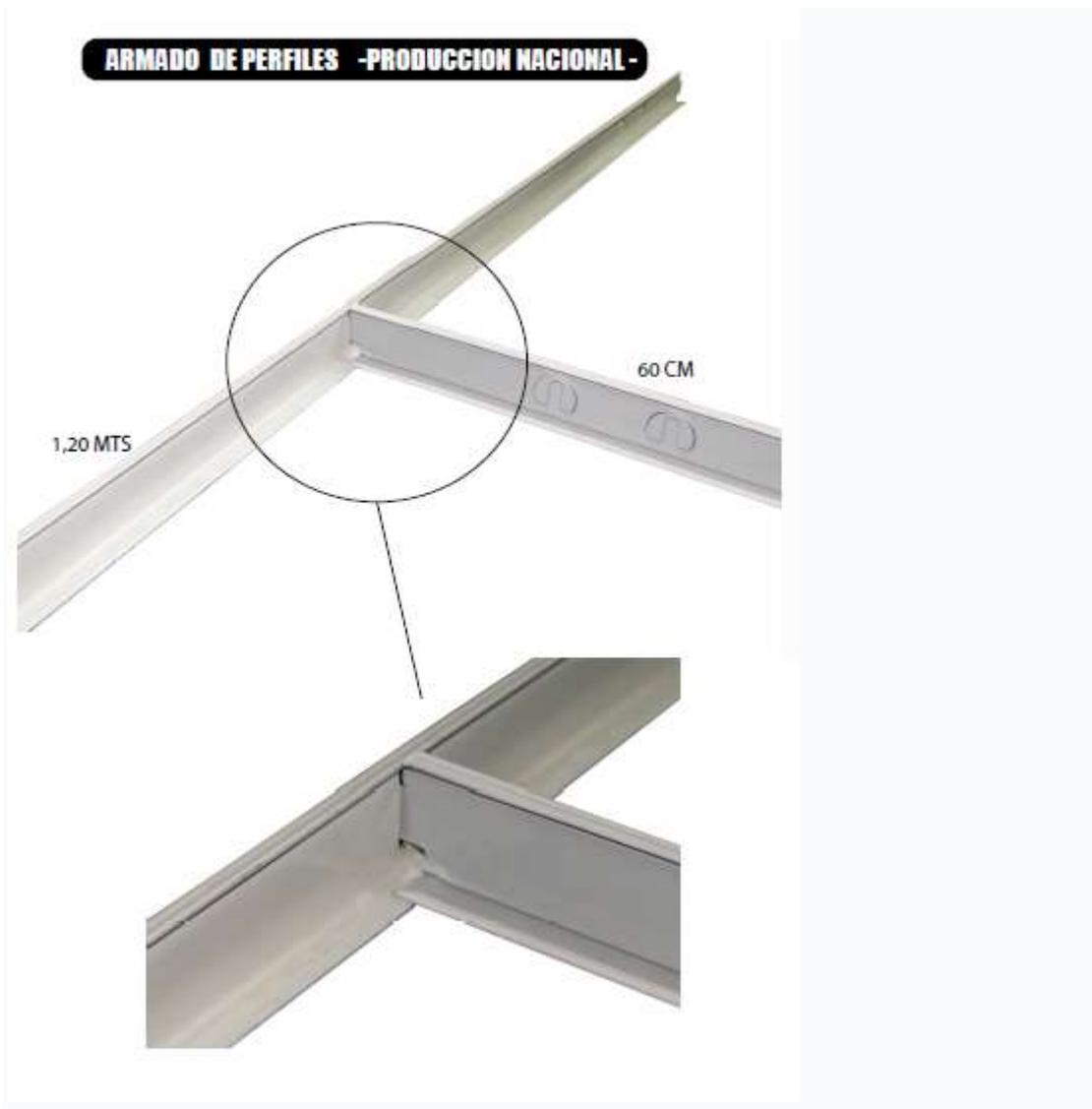


Ilustración 2.- Armado de perfilera de Producción Nacional

2.1.5 CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO DE MARTE INDUSTRIAS

Información proporcionada por la empresa Marte industrias permite informar, sobre las características y garantías que hace merecedor el producto, lo cual se puede visualizar a continuación en documento membretado enviado por la mencionada compañía.



Quito, 30 de Julio del 2014

Estimados Señores:

Por medio de la presente, extendemos la siguiente:

GARANTÍA Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Marte Industrias C.A. garantiza mediante este documento, la buena calidad de los materiales utilizados en la fabricación de la suspensión para cielo raso que son:

Fleje Galvanizado Zinc Alume G 300 S AZ150 Coating, Color BOND COIL N° XRW TOP OFF WHITE, Prepintado de 0,47 mm espesor; de alta resistencia contra salinidad y humedad, nuestra estructura es fabricada con tecnología americana, con maquinaria de RAFTER EQUIPMENT.

Atentamente,

"MARTE"
INDUSTRIAS C.A.

Sr. Carlos Leiva Villenas
Gerente General
MARTE INDUSTRIAS C.A.

Documento 1.- Garantía y Especificaciones Técnicas Marte Industrias C.A

Del siguiente documento desprendemos lo siguiente:

MATERIA PRIMA: FLEJE GALVANIZADO ZING ALUME G 300 S AZ150 COATING.

COLOR: BOND COIL Nª XRW TOP OFF WHITE.

PERFIL PPREPINTADO DE 0,47mm espesor:

RESISTENCIA; ALTA CONTRA SALINIDAD Y HUMEDAD:

TEGNOLOGIA: AMERICANA

MAQUINARIA: RAFTER EQUIPMENT

2.1.6 PRINCIPALES CLIENTES MARTE INDUSTRIAS

El Señor Carlos Leiva Gerente General ha manifestado que Marte industrias a nivel nacional es distribuidor de perfilera metálica, que es utilizada para la fabricación de cielo raso falso, entre sus principales clientes en el Cantón Cuenca esta Alutec Cia Ltda cuya actividad es la comercialización de aluminio, vidrio, cielo raso y accesorios para la industria del aluminio desde 1972 ubicado en la calle Vieja 1173 y Elia-liut; Ruth Serrano Micro Empresaria dedicada a la Fabricación de puertas ventanas y cielo raso y Aluncenter fabrica de puertas ventanas y cielos raso.

2.1.7 VENTAS CANTON CUENCA MARTE INDUSTRIAS

Información proporcionada por el Señor Carlos Leiva Gerente de Marte Industrias; denota las ventas para el Cantón Cuenca, Azogues, Gualaceo desde el año 2008.

Se puede apreciar claramente que la Empresa Alutec en ambos años es el que demanda más perfilera, razón por la cual se puede descifrar que es la empresa que lidera la Venta de T metálica en los cantones de Cuenca, Azogues, Gualaceo.

VENTAS EN MILES DE DOLARES MARTE INDUSTRIAS CIA ANONIMA PERFILERIA SECTOR CUENCA

Nombre Cliente	DIF.	2013		2012		2011		2010		2009	
	%	VALOR \$	%	VALOR \$	%	VALOR \$	%	VALOR \$	%		
Alutec	12,25	26.778,17	47,94	42.468,35	60,20	24.845,61	40,34	55.903,78	58,02	24.303,00	50,37
Ruth Serrano Cia.Ltda.	(5,85)	11.524,00	20,63	10.430,22	14,78	22.310,53	36,23	31.019,25	32,19	23.942,60	49,63
Auquilla Cristhian – Alucenter	(10,33)	13.230,00	23,69	9.420,15	13,35	14.427,64	23,43	7.902,54	8,20	-	-
Acti-Comercial	3,93	4.320,00	7,73	8.230,14	11,67	-	-	1.534,18	1,59	-	-
TOTAL		55.852,17	100,00	70.548,86	100,00	61.583,78	100,00	96.359,75	100,00	48.245,60	100,00

Fuente: Marte Industrias C.A

Tabla 1.- Ventas en miles de dólares Marte Industrias Cuenca.

2.1.8 MAVIJU S.A COMERCIALIZADORA DE PERFILERIA IMPORTADA

Con 18 años de trayectoria en el mercado ecuatoriano, Maviju S.A. se ha consolidado como líder en la importación y distribución de productos de [iluminación](#) (focos, luminarias y lámparas decorativas), [material eléctrico](#), [cielo raso](#) y [aluminio de construcción](#) en todo el país. Maviju se ha posicionado por la calidad de sus productos eléctricos, garantizando a sus clientes proyectos modernos de iluminación, suministros de equipos y asesoría de expertos a precios competitivos.

Maviju nace en la ciudad de Guayaquil en 1996, iniciando su actividad con la comercialización de material de iluminación y material eléctrico para el sector de Guayaquil

para luego, con el transcurrir de los años, ir ampliando cada vez más su línea de productos y llegar a servir las necesidades del sector inmobiliario en cada provincia del país.

En la actualidad Maviju sirve a más de 1,500 clientes en todo el Ecuador, entre ellos se encuentran las tiendas especializadas, ferreterías, distribuidores, maestros, constructores e instituciones, ofreciéndoles a todos ellos un portafolio de más de 1,600 productos.

Maviju pone énfasis en la innovación, la calidad y en darle un servicio de calidad a sus clientes. Es por ello que diseñamos y desarrollamos nuestro productos comercializados bajo la marca Maviju con los más selectos y tecnológicamente avanzados proveedores de China. Todos ellos, aparte de trabajar con Maviju, proveen sus productos a importantes transnacionales las cuales los comercializan bajo marcas mundialmente reconocidas. Maviju distribuye adicionalmente productos de reconocidas marcas internacionales como lo son Energizer, Cooper, General Electric, Osram, Gyplac, Phillips y Siemens. Debido a esto, la calidad y el grado de innovación de los productos que comercializa Maviju están garantizados.

Además, estamos siempre a la vanguardia de los cambios tecnológicos para brindarle al mercado ecuatoriano productos que promuevan un rendimiento óptimo de la energía eléctrica a través de la sustitución tecnológica. De esta manera estamos alineados a la iniciativa del Gobierno Nacional de lograr eficiencia energética en los hogares y en las empresas ecuatorianas. Debido a este enfoque es que nos hemos posicionado como líderes en la comercialización de focos ahorradores y productos de [iluminación LED](#), tecnologías que logran ahorrar energía en un 50 a 75% comparado con la iluminación tradicional.

En el 2012 debido al incesante crecimiento que viene experimentando la empresa, Maviju decide la edificación de un nuevo Centro de Distribución y Show Room para de esa manera satisfacer en el menor tiempo posible la necesidad de nuestros clientes, permitiendo además contar con un portafolio de productos aun más amplio para ofrecer. Actualmente el proyecto se encuentra en proceso de construcción y se culminará a mediados del 2014.

Fuente. <http://maviju.com/nosotros/historia/>

2.1.9 DISEÑO DEL PRODUCTO MAVIJU

Se presenta diseño de perfilera importada, en lo que se puede observar que el enganche tiene su particularidad de tener curvaturas y un seguro forma de una salida lo cual permite el asegurar la estructura para el armado de cielo raso, y al ser así este perfil no es compatible con el nacional.



Ilustración 3.- Diseño Perfilera Metálica Maviju

2.1.10 ARMADO DE PERFILES IMPORTADOS MAVIJU

Como se puede observar la estructura entre estos dos perfiles es completamente perfecta, pero de la misma forma estos no son compatibles con la producción nacional.

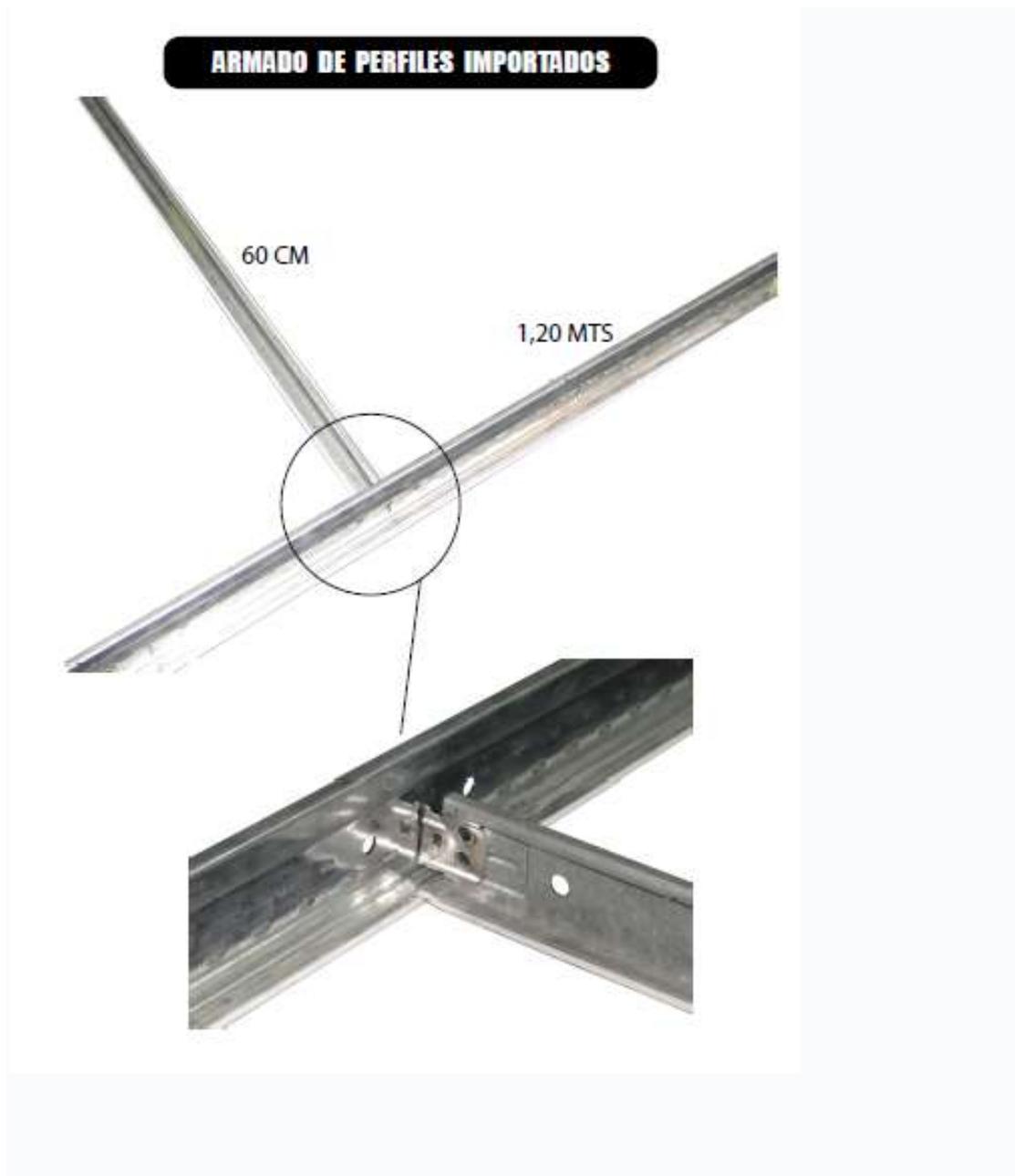


Ilustración 4.- Armado de Perfilera Metálica Maviju.

2.1.11 CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO IMPORTADO POR MAVIJU

Maviju S.A nos ha proporcionado información referente a las características técnicas del producto misma que se demuestra a continuación:

Maviju[®]
Nuestra experiencia, tu mejor garantía

Descripción:

Tee con doble centro de acero galvanizado. Debe ser instalado conforme a las normas ASTM C636, CISCA y las prácticas estándares industriales.

- Tees conectoras con extremos.
- Sistema de suspensión visible. Máxima economía y simplicidad de diseño.
- Exclusivo sistema de revestimiento en los componentes del sistema de suspensión que resiste tanto la corrosión "roja" como la "blanca" y dan una apariencia de acabado profesional sin bordes de acero expuestos.
- Cumple con todos los códigos de seguridad nacionales, incluyendo sismo.

60050	TEE 2"	25X24 mm	0.23 mm	61 cm	75
60051	TEE 4"	25X24 mm	0.23 mm	122 cm	60
60052	TEE 10"	38X24 mm	0.27 mm	305 cm	25

Victor Alvarado

Post-Venta - ext. 224

098-8908540 • valvarado@maviju.com

Km 4 1/2 Vía Daule Mapasingue Oeste Av. Primera N° 103

Guayaquil, Ecuador

Telfs: 042-003220 • 098-8902540 • 098-8908580

info@maviju.com • www.maviju.com

Manufacturador

Documento 2.- Especificaciones Técnicas Perfil Maviju

Fuente: Maviju S.A Departamento de Comercialización

2.1.12 PRINCIPALES CLIENTES MAVIJU

Su Gerente General Vicente Servigon Tong ha manifestado que la distribución exclusiva en el Cantón Cuenca lo mantiene la empresa Alutec Cia. Ltda. Por su amplia trayectoria que tiene en el mercado.

Fuente: MAVIJU S.A

2.1.13 VENTAS CANTON CUENCA MAVIJU

De acuerdo al cuadro estadístico podemos referirnos una vez más que la empresa Alutec del Cantón Cuenca distribuye de forma exclusiva este perfil importado

VENTAS EN MILES DE DOLARES MAVIJU SECTOR CUENCA										
Nombre Cliente	2013		2012		2011		2010		2009	
	VALOR \$	%								
Alutec	16.248,89	100,00	25.769,63	100,00	15.076,22	100,00	33.922,20	100,00	14.746,97	100,00
TOTAL	16.248,89	100,00	25.769,63	100,00	15.076,22	100,00	33.922,20	100,00	14.746,97	100,00

Tabla 2.- Ventas en miles de dólares Maviju S.A Sector Cuenca.

Fuente: Maviju S.A

2.2 COMERCIALIZACION DE PERFILERIA METALICA NACIONAL E IMPORTADA

En los cuadros estadísticos proporcionados por las dos empresas comercializadoras de perfilera metálica para cielo raso, se resalta que la empresa Alutec obtiene el porcentaje más alto de participación en el mercado tanto en comercializar perfilera nacional como la importada; por lo que se considera que tratándose de una empresa que tiene alta trayectoria empresarial, desde hace 42 años en el Cantón Cuenca, se toma como referencia para definir el mercado actual de perfilera metálica y los consumidores potenciales.

2.3 IDENTIFICACION DE CONSUMIDORES DE PERFILERIA METALICA PARA CIELO RAZO EN LOS CANTONES DE CUENCA AZOGUES GUALACEO.

La identificación de los consumidores en el Cantón Cuenca Azogues, Gualaceo se fundamenta en la lista de clientes de la empresa Alutec; para lo cual se extrajo de su base de datos la información de los clientes de los Cantones citados, desde el año 2009 hasta diciembre de 2013, por lo que se resalta que la lista de clientes corresponde específicamente a los consumidores de t metálica. Los mismos que se indica a continuación:

CONSUMIDORES ACTUALES DE T METALICA

Razon Social	Propietario	Calle	Interceccion	Telefono
Acrisal	Orlando Sancho	Pedro Carbo	José María Velasco	0 2802699
Aguilera E Hijos Ferreteria	Gustavo Aguilera	Manuel Vega	Juan Jaramillo	0 2831336
Alancar	Ivan Coronel	G. Carrion	Guapondelig	541 2865860
Alancar	Juan Coronel	America	Juan Larrea	0 2814444
Alfrear	Alfredo Falconi	Hurtado De Mendoza	Garcia Moreno	0 0
Alucenter	Ivan Auquilla	Gil Ramirez Davalos	Paseo De Los Cañaris	0 2866018
Aluiplan	Luis Tapia	Venezuela	Barbados	535 2882478
Alumar	Segundo Lalvay	Presidente Cordova	Vargas Machuca	464 2922342
Alumina Gss Del Ecuador	Sociedad	America	1 De Mayo	0 2451382
Aluminio Hierro Y Vidrio	Hernan Espinoza	Gaspar Sangurima	Daniel Alvarado	0 2846406
Aluminio Vid	0	Huayna Capac	A. Malo	3-16 2847266
Aluminio Vidrio & Accesorios	Juan Coronel	Paseo De Los Cañaris	Calle De Los Caciques	535 2865860

CONSUMIDORES ACTUALES DE T METALICA

Razon Social	Propietario	Calle	Interceccion		Telefono
Aluminio Vidrio & Hierro	Paul Espinoza	Paseo De Los Cañaris	Enrique Gil Gilbert	0	2802408
Aluminio Y Hierro El Austro	Jose Merchan	Francisco Cuesta	Belisario Andrade	102	2813068
Aluncar	Pedro Contreras	Gustavo De Mendoza	Jose De Olmedo	136	2833957
Alupm	Angel Juga	Gonzalez Suarez	Guapondelig	872	2865039
Alutec	Juan Lozano	Calle Vieja	Elias Liut	0	2864766
Alutomas	Zoila Velez	Luis Pauta	Sangurima	320	2841280
Aluvid'S	Edwin Chuqui	Totoracocha	Los Andes	0	2808682
Aluvidrio	Alfredo Jimenez	Mariscal Lamar	Miguel Heredia	0	0
Aluvina	Franklin Barrezueta	Yanaurco	Coya	32	2865437
Aluviplan	Luis Tapia	Venezuela	Barbados	531	2882478
Aluvisa	Jose Nivicela	America	Loja	0	4024056
Alvicon	Carlos Mejia	Maria Estrella	Carlos Arizaga	0	0

CONSUMIDORES ACTUALES DE T METALICA

Razon Social	Propietario	Calle	Interceccion		Telefono
Alvicon'S	Manuel Puchi	Gonzales Suares	Guapondelig	0	2867566
Alvicort	Renato Leon	America	Avenida Del Chofer	0	0
Alvit	Mario Llivisaca	Isaac Newton	Abelardo J. Andrade	0	3821998
Alvitec	Guido Muñoz	Tomas Ordoñez	Mariscal Lamar	1076	2841014
Alvitec	Marlon Muñoz	Heroes De Verde Loma	Gil Ramirez Davalos	127	2824403
Alvitec	Silvia Vintimilla	Tomas Ordoñez	Gaspar Sangurima	1142	2824403
Anuncios Arte Y Publicidad Jr.	Jorge Jordan	Mariscal Lamar	Juan Montalvo	0	2828860
Arkitglass	Julio Pelaez	Guapondeleg	Rio Palora	234	2867911
Arq. Publicidad	Carlos Cantos	Mariscal Sucre	Vargas Machuca	367	2846769
Arte Glass	Edmundo Lopez	Yanacuro	Los Andes	0	2867694
Arte Glass	Jorge Castillo	Padre Aguirre	Mariscal Sucre	828	2836822
Artelum	Jose Quishpe	Gil Ramirez Davalos	Elias Liut	0	2865939
Austral Cielo Razo	Sofia Largo	Cristobal Colon	Loja	0	2542103
Austro Comercial	Marcelo Wilches	Presidente Cordova	Mariano Cueva	517	2829418
Austro Vidrio	Teodoro Vidal	Sebastian De Benalcazar	Tiwintza	156	2807092
Carroceria J & M	Jose Quituisaca	Cristobal Colon	Fray De Leon	0	0
Carroceria Jasmauy	Teodoro Jaroma	Don Bosco	America	0	0
Centralvid	Oswaldo Cedillo	Sarahurco	Calle Del Retorno	450	2866095

CONSUMIDORES ACTUALES DE T METALICA

Razon Social	Propietario	Calle	Interceccion		Telefono
Coima	Bolivar Lautaro	Gil Ramirez Davalos	España	0	0
Comercial D & D	Cornelio Delgado	Hermano Miguel	Pio Bravo	0	2839347
Constuc	Eduardo Piñancela	Don Bosco	12 De Octubre	0	2885876
Cortiampared	Esther Morocho	Presidente Borrero	Vega Muñoz	0	2847635
Cortilux	Edgar Barros De Coronel	Simon Bolivar	Hermano Miguel	540	2831976
Cortinova	Edgar Barros	Simon Bolivar	Mariano Cueva	521	2831976
Covid	Adolfo Morocho	Loja	Galapagos	271	2881226
Cristal Min	Ruben Duchi	Gaspar Sangurima	Miguel Heredia	0	2833024
Cristales Del Austro	Wilfrido Barreto	Manuel Vega	Gran Colombia	960	2836313
Decoracion Casanueva	Nivia Bueno	Tarqui	Mariscal Lamar	1008	2839823
Decoraciones Calle Aluminio Y Cristal	Soraida Torres	Miguel Heredia	Vega Muñoz	312	2822606
Decoraciones Cuenca	Marcelo Ordoñez	Coronel Talbet	Sangurima	1164	2847521
Decoraciones Paraiso	Emma Timbre	Vargas Machuca	Juan Jaramillo	0	2800812
Decortriel	Hernan Dominguez	Gran Colombia	Thomas Ordoñez	359	2839401
Dicovar	Maria Trebol	Yanahurco	Rio Cutucu	0	2865749
Disa	Fabian Peralta	Calle Del Retorno	Tomas De Heres	499	2838813
Diseños Vit	Javier Sancho	Rocafuerte	Jose Joaquin De Olmedo	0	2866426
Dismav	Walter Solano	12 De Abril	Imbabura	0	2882540

CONSUMIDORES ACTUALES DE T METALICA

Razon Social	Propietario	Calle	Interceccion	Telefono	
Distribucion Del Austro	Abel Loja	Paseo De Los Cañaris	Camilo Egas	0	2817329
Distribucion Del Austro	Rosa Ilesca	10 De Agosto	Miguel Moreno	311	2817329
Distribuidora Salam	Sara De Salamena	Mariano Cueva	Mariscal Sucre	817	2831141
Ditecral	Ruben Ochoa	Hurtado De Mendoza	Paseo De Los Cañaris	0	2808762
Ecometal	Rodrigo Loja	America	Nicolas Rocha	0	2817249
Ecuacortinas	Nelson Galarza	Vega Muñoz	Tomas Ordoñez	339	2843902
Ecuatrofesa	Luis Calle	Eloy Alfaro	Guapondelig	0	2862475
Ecuavid	Vicente Alvarez	Vega Muñoz	Federico Guerrero	353	2850317
El Artesano	Eduardo Jadan	Gaspar Sangurima	Hermano Miguel	611	2836869
El Artesano	Teodoro Jadan	Hermano Miguel	Sangurima	1187	2845425
El Constructor	Juan Mendez	Remigio Crespo	America	0	2452275
El Diseño	Rolando Chicaiza	Miraflores	America	0	2830164
El Ventanal	Benjamin Sevilla	Hurtado De Mendoza	Garcia Moreno	234	2830865
El Ventanero	Maria Fernanda Martinez	Gonzalez Suarez	Garcia Moreno	417	2860595
Ergoline	Gonzalo Pesantez	Manuel Vega	Alfonso Malo	236	2844659
Faalvid	Rolando Yori	America	Mexico	0	2818679
Falux	Jofred Arcalle	El Bueran	Los Andes	0	2809628

CONSUMIDORES ACTUALES DE T METALICA

Razon Social	Propietario	Calle	Interceccion	Telefono	
Ferrilex	Felix Valverde	Abelardo Andrade	Entrada A Lazarelo	0	2844041
Fervid	Jorge Fernandez	2 De Agosto	America	0	0
Frios	Alfonso Peñafiel	Intiñan	Huacayñan	180	2835320
Hierro Arte	Luis Duchitanga	America	Heroes De Verde Loma	0	2450500
Hierro Y Aluminio Plaza	Victor Plaza	Lupe De Vega	12 De Octubre	0	2814628
Incoa	Patricio Avila	Miguel Cabello	America	288	2885332
Indutech	Fernando Chicaiza	Loja	Mendez Pidal	0	2452164
Ingenieria Del Color	Edison Contreras	10 De Agosto	Miguel Moreno	441	2882673
Instalum	Tarcila Arcentales	Manuel Vega	Vega Muñoz	1270	2824556
La Casa De La Cortina	Miguel Perez	Las Golondrinas	24 De Mayo	0	2815774
La Decoracion	Gladys Cordova	Gran Colombia	Hermano Miguel	103	2829373
Letreros	Nelson Torres	Romulo Gallegos	Miguel Asturias	138	2870874
Letreros De Luxe	Rene Navas	Estevez De Tacil	Gran Colombia	944	2836488
M & M Asociados	Santiago Mendez	Juan De Velasco	Gonsalez Suares	129	2807096
Maderas Jv	Juan Vintimilla	Paseo De Los Cañaris	Camilo Egas	0	2806871
Marcell Corte	Lorena Ñaute	Pio Bravo	Huayna Capac	134	2846221
Marmoleria Cristo Salvador	Paolo Albarracin	Mariscal Lamar	Benigno Malo	0	0
Marmoles Y Bronce	Cesar Quispe	Benigno Malo	Mariscal Lamar	1142	2823402

CONSUMIDORES ACTUALES DE T METALICA

Razon Social	Propietario	Calle	Interceccion	Telefono	
Mecanica Cerrajería	Polivio Paz	Antonio Valdiviezo	Tomas Ordoñez	364	0
Mecanica Industr	Gustavo Tamayo	Vega Muñoz	Coronel Talbot	0	2837919
Mecanica Industrial Calderon	Aljeandro Calderon	Calle Del Retorno	Don Bosco	0	2882562
Mecanica Industrial Nobart	Angel Hernandez	Camino Miraflores	Grambel	0	2829793
Mecanica Industrial Remigio	Wilson Reyes	Mariscal Lamar	Coronel Talbot	1563	2841221
Mecanica Industrial Y Aluminio	Isac Bueno	Ulises Chacon	Alfonso Moreno Mora	291	0
Mecanica Industrial Y Torno	Claudia Vallejo	Francisco Calderon	Antonio Vallejo	113	0
Mecanica Industrila Chota	Pedro Chota	Vega Muñoz	Miguel Velez	0	2846136
Mecanica Jober	Rusbel Vasquez	Amazonas	Ecuador	231	2895051
Mega Vid	Maria Pesantez	Tomas Ordoñez	Vega Muñoz	1256	2839254
Metal	Jorge Calle	Padre Aguirre	Juan Jaramillo	610	2837176
Metalsa	Jose San Martin	Patamarca	Av. Del Torima	0	2872013
Metropolitan Glass	Maria Vallejo	Mariscal Lamar	Medina	0	0
Muebleria Matute	Genaro Matute	Fermin Cevallos	Jeronimo Carrion	167	2862299
Multicristal	Ricardo Aviles	Tomas Ordoñez	Gaspar Sangurima	450	2844693
Mundicort	Esperanza Quezada	Vega Muñoz	Hermano Miguel	561	2820147
Ortomed	Joel Sucoshañai	Jose Donoso	Max Ule	114	2807149
Panajum	Romel Panama	Montevideo	Pacto Andino	0	2839361
Panalum	Robert Panama	Pio Bravo	Vargas Machuca	362	2839561

CONSUMIDORES ACTUALES DE T METALICA

Razon Social	Propietario	Calle	Interceccion	Telefono
Piel Vid	Jorge Pizarro	Carlos Arizaga Vera	Mariano Estrella	0 2854389
Publicidad Fb	Freddy Barbecho	Miguel Heredia	Baltazara De Calderon	938 2838797
Publicidad Luz	Jaime Lara	General Torres	Gran Colombia	1035 2826093
Publicidad Serigrafia	Roman Machuca	Juan Leon Mera	Juan Jose Flores	240 2863455
Publirey	Jose Falconi	Calle Del Barrio Obrero	Juan Jaramillo	589 2821117
Regolux	Jose Roman Cabrera	Republica	Huayna Capac	1-110 2864555
Rotec	Marcelo Osorio	Baltazar De Calderon	Miguel Velez	0 2832928
Rotulacion	Hugo Ortiz	America	Juan Larrea	0 2882735
Sellos Swick	Edwin Pachar	Gonzalo Zaldumbide	Gonzalez Suares	257 2869721
Servicentro Cometa	Humberto Chalan	Eloy Alfaro	Jijon Y Caamaño	0 2802717
Servidecor	Nelly Carrion	Tarqui	Calle Larga	677 2826066
Taller Antenas	Jose Pesantez	Tomas Ordoñez	Mariscal Lamar	1057 2840216
Taller Arevalo	Fabian Arevalo	10 De Agosto	Ricardo Muñoz	0 2880131
Taller Farfan	Xavier Farfan	Jorge Icaza	Jorge Cabrera	0 0
Taller Maldonado	Camilo Maldonado	Ricardo Duran	Camino Viejo A Baños	0 0
Taller Melgar Paucar	Luis Melgar	Amazonas	Ecuador	0 0
Taller Sibri	Angel Sibri	Las Laderas	Silban	225 2866040
Talleres Lasso	Ruben Lasso	Tomas Ordoñez	Vega Muñoz	1265 2848794

CONSUMIDORES ACTUALES DE T METALICA

Razon Social	Propietario	Calle	Interceccion	Telefono
Talleres Marca	Roberto Marca	Don Bosco	Fernando De Aragon	414 2816625
Talleres Ordoñez	Norma Guzman	Manuel Cuello	Ricardo Marquez	0 2825722
Talleres Setecom	Edgar Chasi	Via A Giron	0	0 2818445
Talleres Torres	Kleber Torres	Pablo Neruda	Pumapungo	0 2872013
Tavit	Patricio Vele	America	Via Al Cajas	0 0
Tecav	Luis Quishpe	Hurtado De Mendoza	Guapondelig	0 2868355
Tecni Instalaciones	Jaime Misquero	Gonzalez Suarez	Poncha Villa	0 2866806
Tecnica Canal	Victor Calderon	America	Tinajillos	0 2885954
Tecnillum	Manuel Gualpa	Hurtado De Mendoza	Sarahurco	0 2866424
Tecnivisa	Marcelo Guanoquiza	America	Nicolas Rocha	0 2834818
Tecno Grabados	Galo Montero	Antonio Barrero	Antonio Vega Muñoz	1264 2846220
Tecnoglass	Romulo Pinos	Mercedes Pozo	Matilde Garcia	255 2880754
Tecnovid	Julio Meneses	Antisana	Yanaurco	202 2865068
Tevial	Humberto Cardenas	America	Daniel Alvarado	0 2831726
Tinvid	Jofre Venegas	Max Uhle	Jose Maria Egas	0 2450643
Tralvid	Augusto Robles	Loja	Martin De Ocampo	0 2810221
Travial	Joel Calle	De La Oea	Kingston	10 2868926
Vertisol	Patricia Salazar	Miguel Moreno	Luis Moscos Vega	0 2888437
Vialmig	Pedro Tenemea	Ricardo Duran	Vicente Melo	0 2893302

CONSUMIDORES ACTUALES DE T METALICA

Razon Social	Propietario	Calle	Interceccion	Telefono
Vialsa	Freddy Toapanta	America	Juan Larrea	0 2884105
Vidaluz Aluminio Y Vidrio	Vicente Duran	27 De Febrero	Adolfo Torres	0 2884429
Vidreiria Centenal	Julio Chumbe	Presidente Borrero	Gaspar Sangurima	1251 2868930
Vidreiria Central	Jorge Quito	Gran Colombia	Juan Montalvo	0 2835054
Vidreria Don Bosco	Roberto Rivera	Don Bosco	Fernando De Aragon	414 2816625
Vidreria Gran Colombia	Angel Enriquez	Pio Bravo	Huayna Capac	138 72823260
Vidreria Y Marqueteria	Alejandro Huizca	Pio Bravo	Mariano Cucha	518 2848582
Vidrial	Mauro Inca	Don Bosco	Bartolome Ruiz	0 2812018
Vidrieria 10 De Agosto	Edgar Suculanda	Loja	Juan Bautista	0 0
Vidrieria Cardenas	Humberto Cardenas	America	El Batan	0 0
Vidrieria Catedral	Zoila Jumbo	Tomas Ordoñez	Vega Muñoz	0 2843823
Vidrio	Juan Collaguazo	Tomas Ordoñez	Rafael Maria Arizaga	0 0
Vidrio Alum	Nancy Alvarez	Simon Bolivar	Miguel Heredia	0 2833094

Tabla 3.- Consumidores de Perfilera Metálica

Fuente: Alutec Cia Ltda.

2.4. COMERCIALIZACION DE PERFILERIA METALICA NACIONAL VS. IMPORTADA

De esta lista de clientes se ha podido identificar, que los consumidores compran perfilera importada como nacional, debido notablemente a la diferencia que existe entre los dos perfiles:

2.4.1 VENTAJAS DE UTILIZAR T METALICA NACIONAL.

De acuerdo a conversaciones mantenidas con los consumidores de estos perfiles, manifiestan que el utilizar perfilera metálica nacional es mucho más productivo ya que ahorra tiempo en la instalación debido a que el perfil importado tiene una curvatura en su enganche que aumenta el tiempo de la instalación, dando como resultado incremento en el pago de mano de obra, y disminución de las utilidades.

Además manifiestan que cuando tienen que hacer arreglos la facilidad para conseguir inventario es inmediata, disposición que no sucede con la importada.

De lo citado anteriormente se manifiesta que el mercado actual está sustentado en un proceso de producción, por lo que la oferta se ajusta a la demanda.

A continuación se analiza la Oferta y Demanda que tiene la empresa Alutec Cia Ltda, como se demostró los cuadros estadísticos de las dos empresas tanto la productora como la comercializadora; que Alutec es el que distribuye perfilera para la instalación de cielo raso falso en los cantones de Cuenca, Azogues Gualaceo; este análisis permitió conocer la comercialización de los perfiles desde el año 2009 al 2013 y así poder proyectar para el 2014 en unidades.

Para un mejor análisis, se presenta el consumo de perfilera por separado, T - nacional en las siguientes medidas T-0,60, T-120, T-3,60 cm y T- importada en T-3,05, T-120, T-0,60

2.4.2 CONSUMO DE PERFILERIA NACIONAL EN T-0-60 EN LOS CANTONES DE CUENCA – AZOGUES .GUALACEO DESDE EL 2009 AL 2013

El consumo de perfilera metálica nacional o conocida T para la fabricación de cielo raso falso se denota a continuación, con información proporcionada directamente por la Empresa Alutec

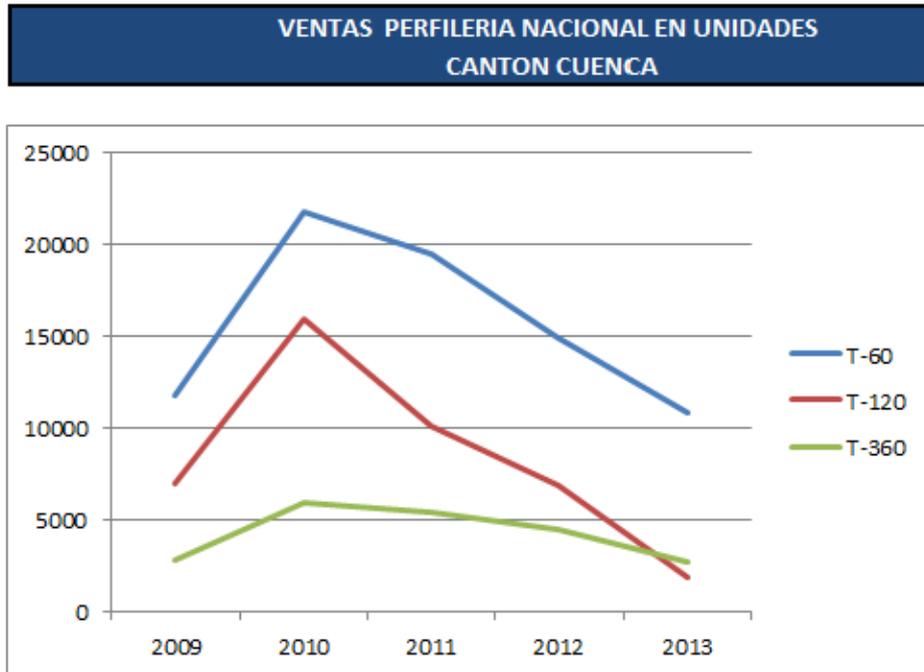
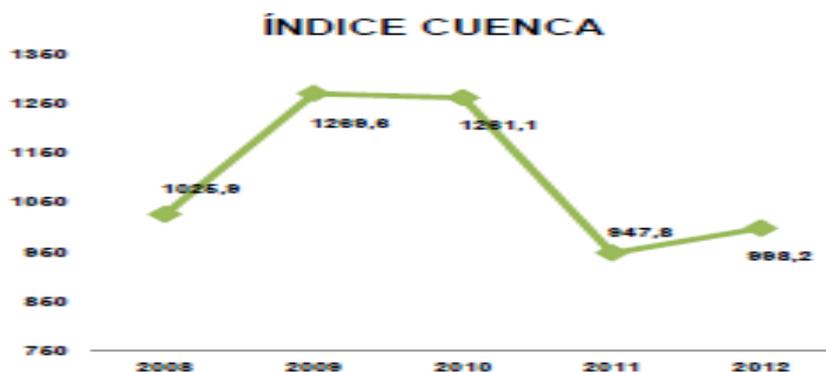


Grafico 1.- Ventas Perfileria Nacional en Unidades Cantón Cuenca.-

Se observa, que el consumo desde el año 2010 ha venido disminuyendo notablemente teniendo una tendencia totalmente a la baja, situación preocupante por lo que se entrevistó a los consumidores actuales para saber el motivo del índice de consumo decreciente; supieron manifestar, que este consumo está en función del índice de construcción, que en los últimos años ha mantenido un índice decreciente.

Por lo que se amplió la investigación y se obtuvo del INEC el índice de construcción en la provincia del Azuay obteniendo que desde el año 2008 el índice de construcción es decreciente, tal como lo demuestra el siguiente grafico que corrobora lo manifestado por los consumidores del Cantón Cuenca el eje X representa el numero de permisos de construcción y el Y los años



Fuente: INEC.

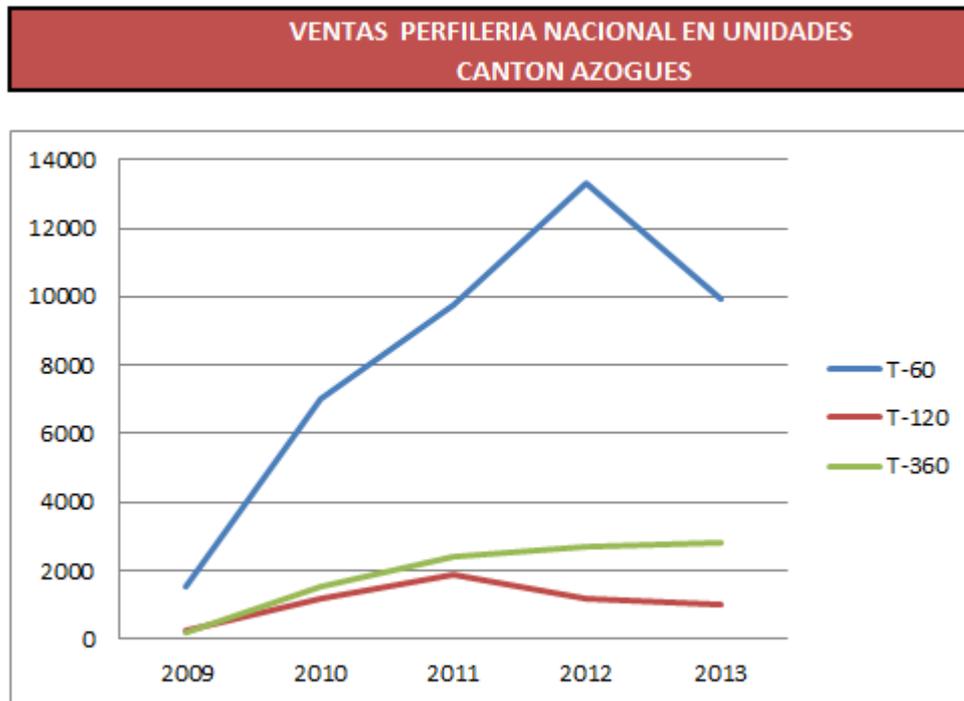
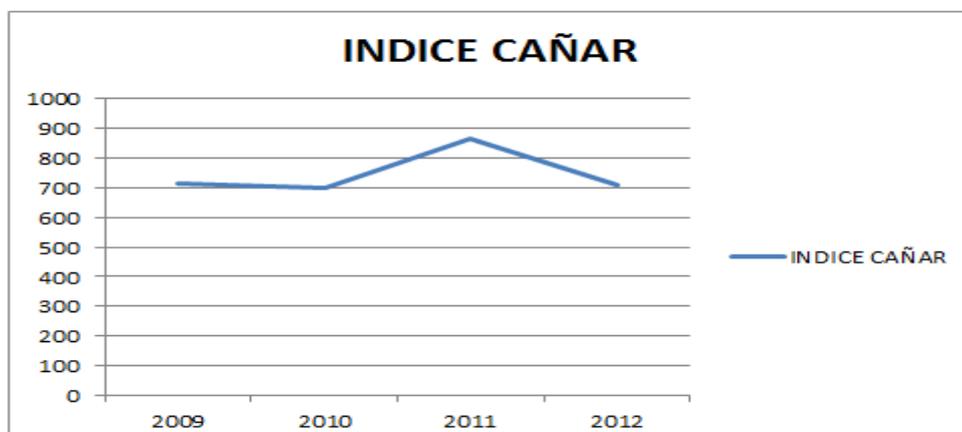


Grafico 2.- Ventas Perfileria Nacional en Unidades Cantón Azogues

En el cantón Azogues se puede observar que el consumo de los perfiles objeto de la investigación producida por la Empresa Marte Industrias es alta, La tendencia de consumo es de crecimiento desde el año 2009 al 2013, Situación totalmente contraria al Cantón Cuenca

Información proporcionada por el INEC corrobora el consumo de perfileria en el Cantón Azogues, que está en función de la construcción.



FUENTE: INEC

**VENTAS PERFILERIA NACIONAL EN UNIDADES
CANTON GUALACEO**

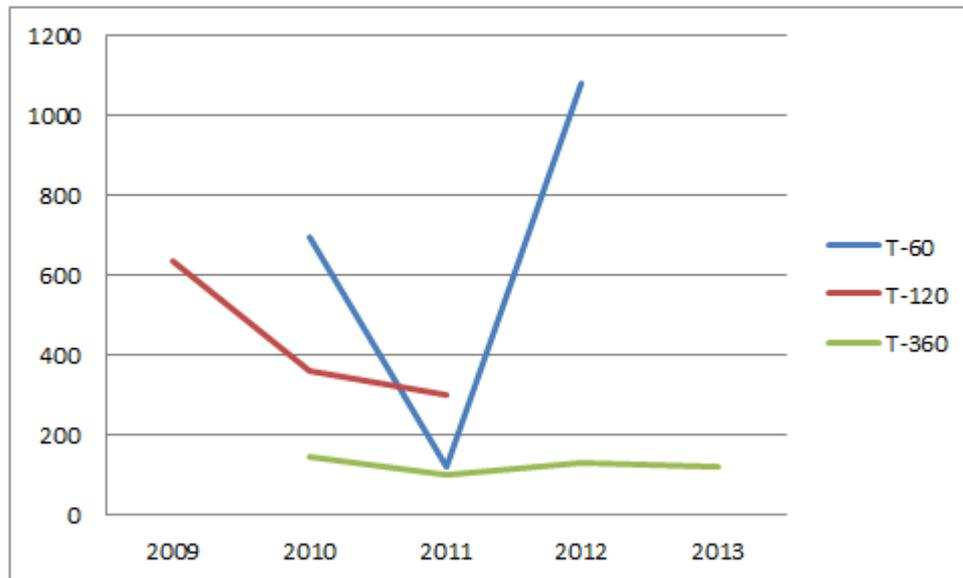


Grafico 3.- Ventas Perfileria Nacional en Unidades Cantón Gualaceo.

En el Cantón Gualaceo podemos observar, que el consumo tiene la misma propensión que el Cantón Cuenca, por lo que ratifica que esta tendencia se da por el índice de construcción,

En el año 2011 se ve un acrecentamiento notable del consumo del perfil metálico de 60 cm situación que llamo la atención por lo que puntualmente se ingresa a la base de datos de la Empresa Alutec y se halla que ese consumo pertenece a un consumo puntual.

Con la información puntualizada en los párrafos anteriores, se procede a consolidar la investigación en un solo grupo de comercialización, donde se obtiene la siguiente tendencia de consumo.

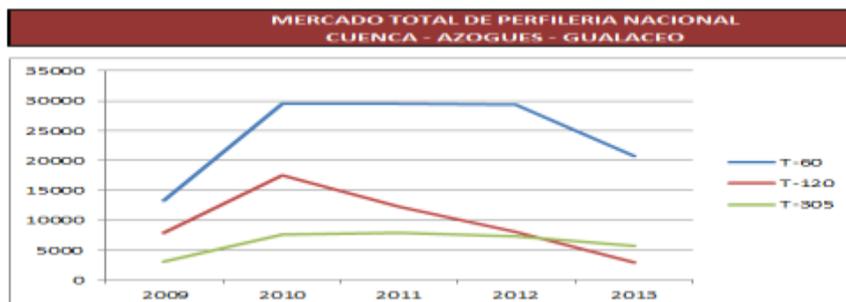


Grafico 4.- Mercado Total de Perfileria Nacional Cantón Cuenca - Azogues- Gualaceo

La utilización de T metálica nacional ha decrecido notablemente, corroborando que esto se debe al índice de la construcción tal como lo expone la investigación realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

2.4.3 CONSUMO DE PERFILERIA IMPORTADA EN LOS CANTONES DE CUENCA – AZOGUES .GUALACEO DESDE EL 2009 AL 2013

Información proporcionada por la empresa Alutec, explica el consumo de T metálica en importada en los Cantones de Cuenca, Azogues Gualaceo.

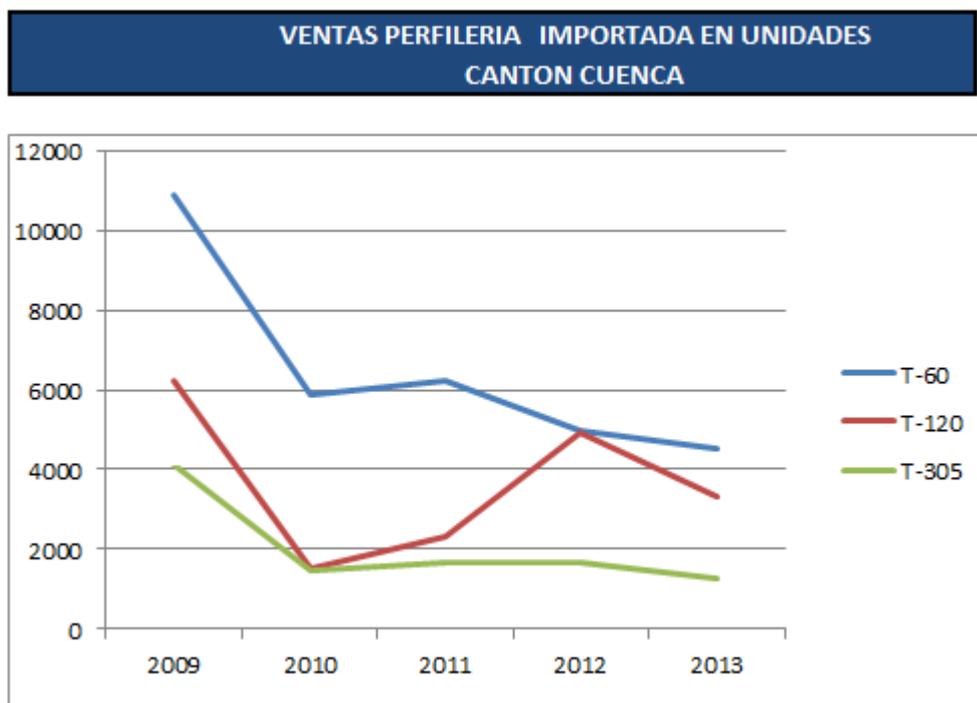


Grafico 5.- Ventas Perfileria Importada en Unidades Cantón Cuenca

Se puede observar claramente que el consumo de toda la perfileria importada tiene tendencia decreciente, salvo de la T de 120 en el año 2012, por lo que en conversaciones con los consumidores de esta T manifiestan que esa tendencia exclusivamente en el perfil de 120 debía haberse dado por algo puntual en el armado de la estructura de cielo raso, es decir que el tumbado falso se habría armado en módulos de 120 por petición del mercado.

Por lo expuesto en este gráfico, se afirma la relación que existe el consumo de la T en general con la construcción, como se observó la perfileria nacional tiene la misma tendencia es decir decreciente.

**VENTAS PERFILERIA IMPORTADA EN UNIDADES
CANTON AZOGUEZ**

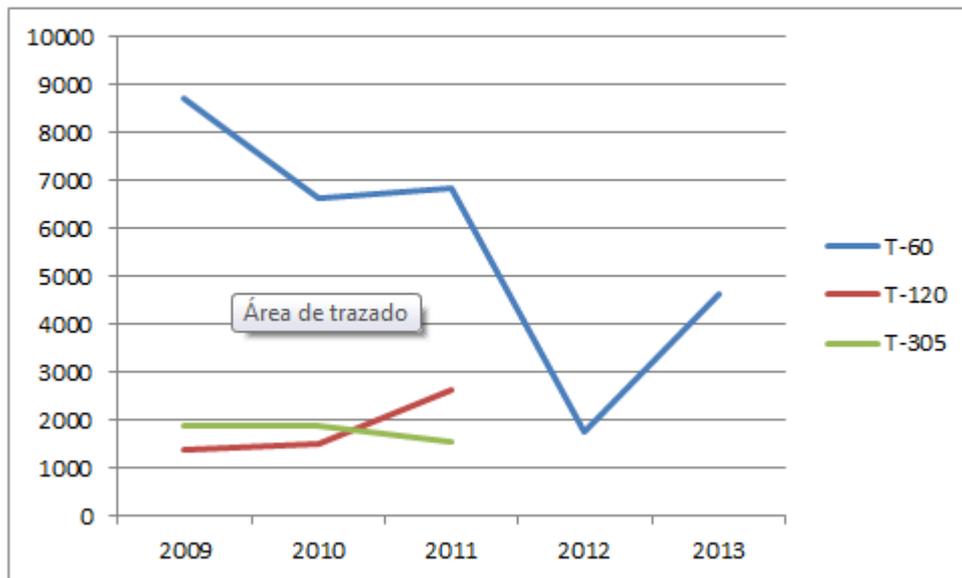


Grafico 6.- Ventas Perfileria Importada en Unidades cantón Azogues.

La tendencia de la perfileria importada en el Cantón Azogues es totalmente variable, lo contrario con la T nacional que es totalmente creciente en este mercado, se conversa con grupos de consumidores que compraban, en el momento de la investigación en la empresa Alutec, y comentaron que esta tendencia es porque el constructor no apreciaba mucho esta perfileria por la dificultada del armado, lo que le produce pérdida de recursos y productividad incrementando el costo de instalación, y que solo utilizaban en casos puntuales como lo es exigencia del cliente.

**VENTAS PERFILERIA IMPORTADA EN UNIDADES
CANTON GUALACEO**

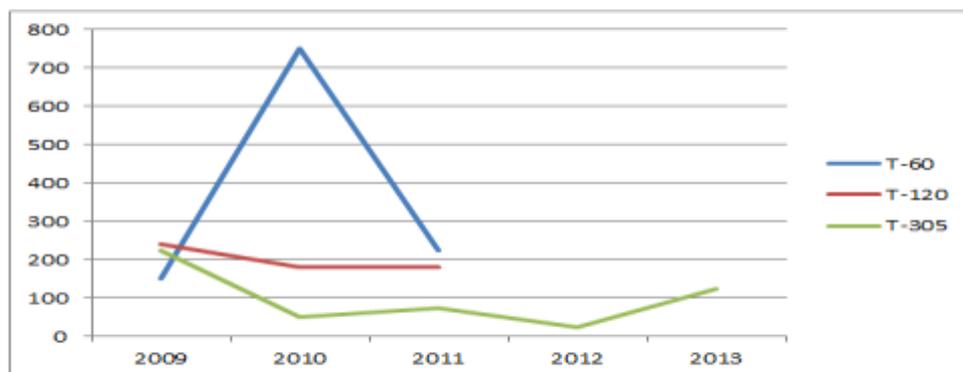


Grafico 7.- Ventas Perfileria importada en unidades Cantón Cuenca.

La demanda de la perfilería metálica en este cantón es con una tendencia igual al que lo tiene el consumo de la T nacional, por lo que podemos manifestar que este perfil de la misma forma tiene una tendencia a la baja tal como le demuestra el índice de construcción.

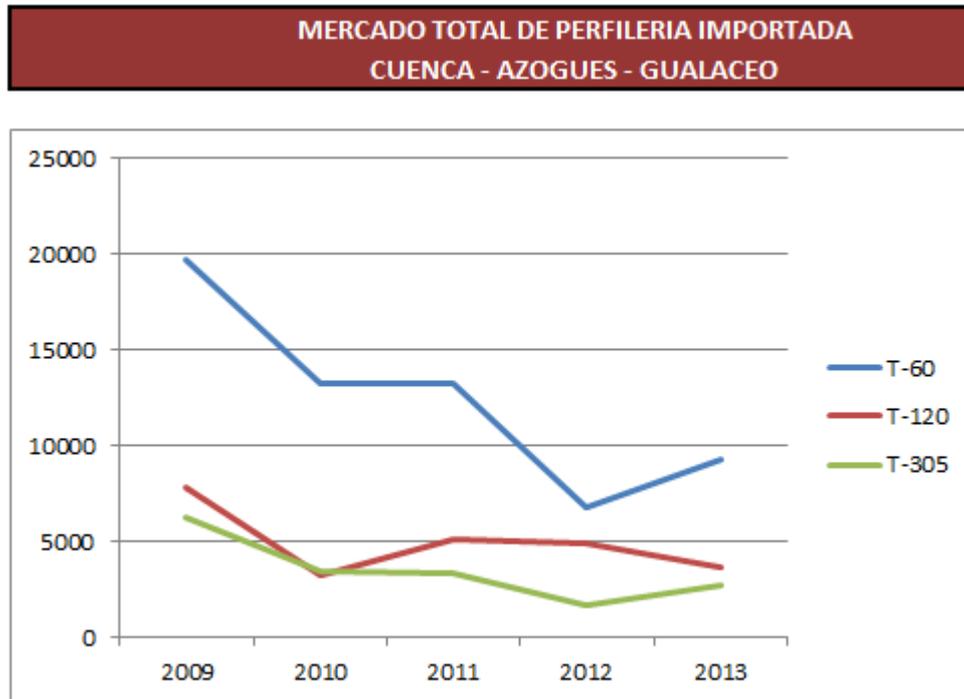


Grafico 8.- Mercado Total de Perfilería Importada en Cantones Cuenca - Azogues – Gualaceo.

El consumo de perfilería importada de acuerdo a la investigación realizada en los tres cantones, tiene una tendencia decreciente lo que corrobora lo expresado por el consumo de perfilería metálica nacional, esto es decir que la demanda de esta perfilería está en función de la construcción, y el estudio proporcionado por INEN demuestra claramente que esta tendencia de decrecimiento es correcta debido a que la construcción ha disminuido notablemente.

Una vez concluido el análisis de la demanda del producto, se investigó la participación de la T metálica nacional vs la importada, obteniendo los siguientes resultados:

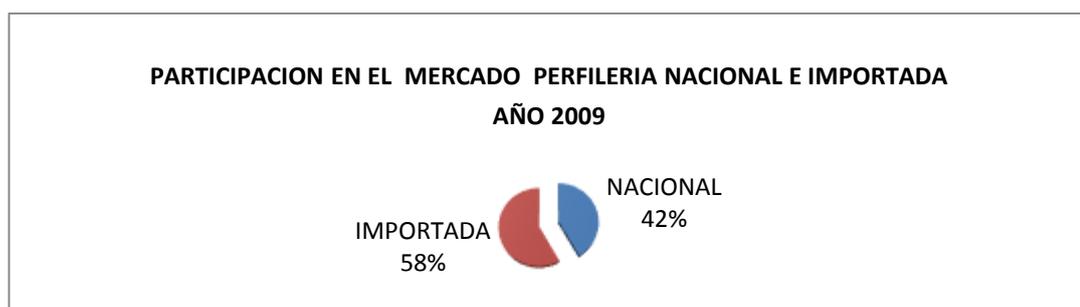


Grafico 9.- Participación en el Mercado Perfilería Nacional e Importada

En el año 2009 el consumo de T metálica importada es mayor en un 16% frente al consumo de perfilería nacional,.

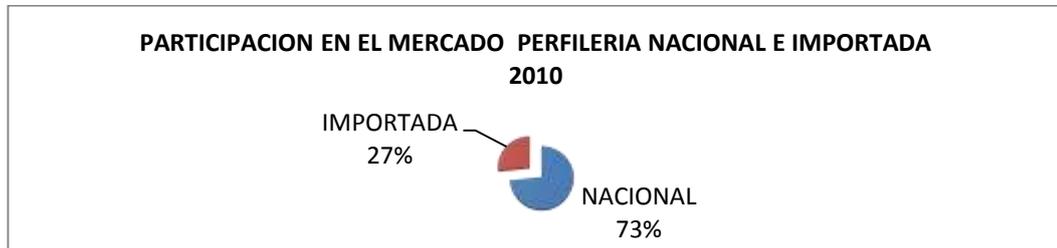


Grafico 10 Participación en el mercado Perfilería Nacional e Importada 2010.

En el año 2010, el consumo de perfilería metálica nacional da un giro notable, por lo que la demanda de este producto es mayor en un 46% frente a la importada.

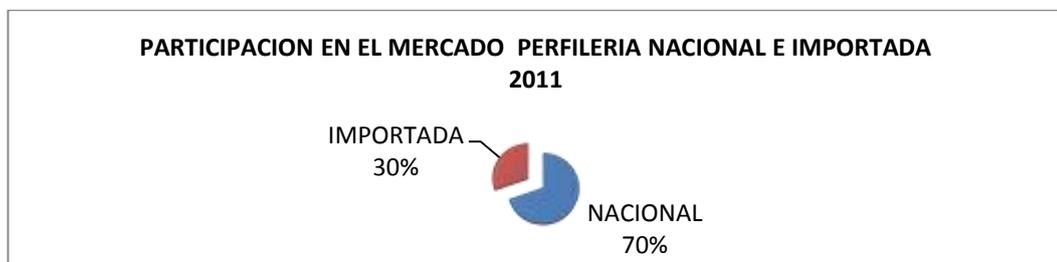


Grafico 11 Participación en el Mercado Perfilería Nacional e Importada 2011

En el año 2011 con respecto al 2010, se observa que la preferencia por la perfilería nacional se mantiene en un 40% mayor frente a la importada.

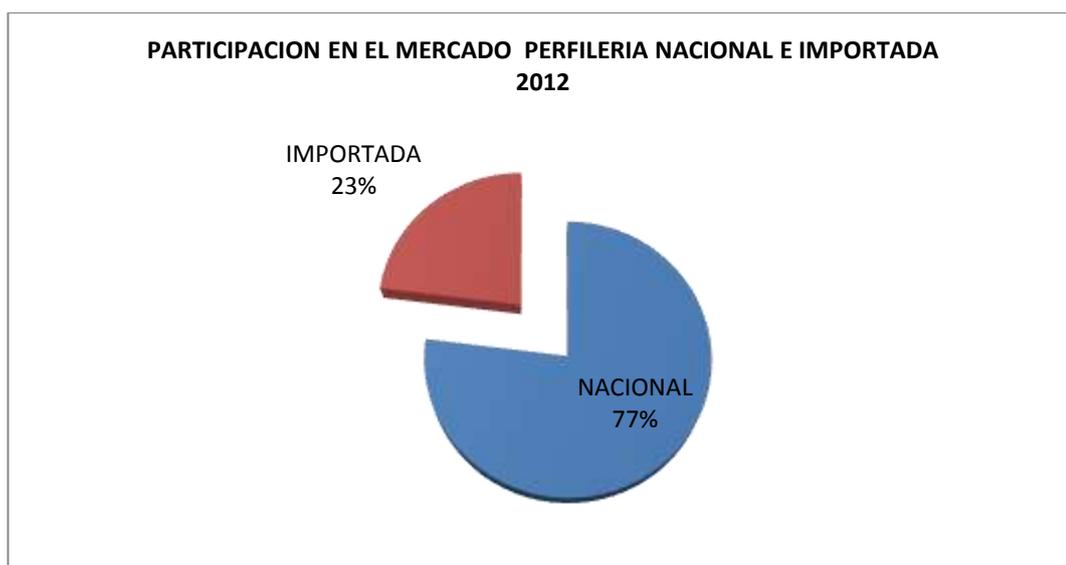


Grafico 12 Participación en el Mercado Perfilería Nacional e Importada 2012

El consumo de perfilera importada en este año 2012 es inferior en un 54%, frente a la nacional, afirmando el consumidor la preferencia sobre la producción nacional.

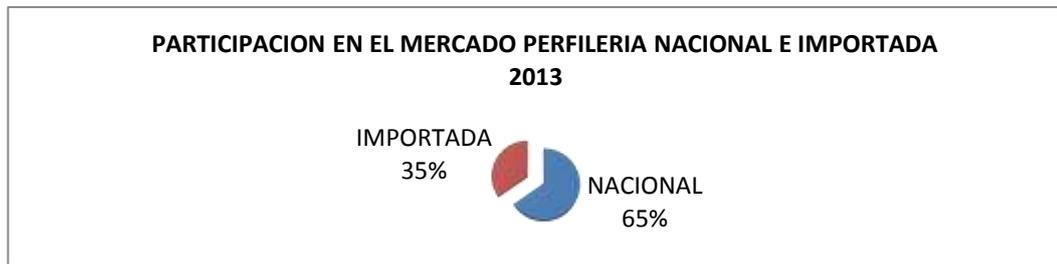


Grafico 13 Participación en el Mercado Perfilera Nacional e Importada 2013.

En el año 2013 si bien se incrementa respecto al 2012 en consumo de la perfilera importada en un 12%, el consumidor todavía prefiere la producción nacional, y esto dado como se mencionó en párrafos anteriores por el fácil armado, ahorro de tiempo y obtención de mayor productividad.

Y finalmente durante los 5 años el consume de T metálica Nacional Vs. Importada es

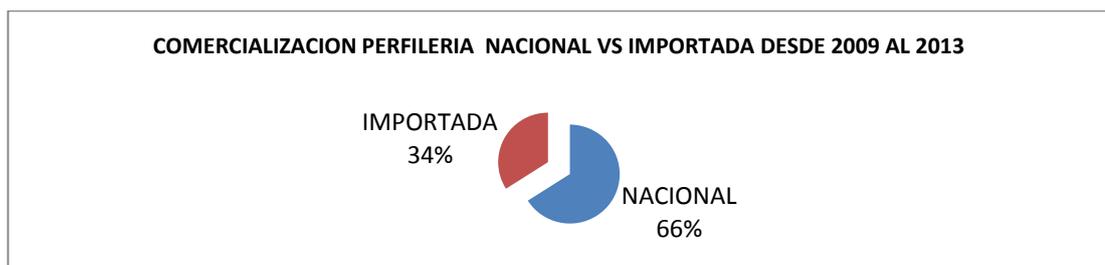


Grafico 14.- Comercialización Perfilera Nacional VS. Importada desde el 2009 al 2013.

Y nuevamente analizando el mercado desde el año 2009 al 2013 de la perfilera nacional como importada, se afirma que la producción nacional tiene una participación mayor en un 32% respecto a la importada.

2.5. CUANTIFICACION DE LOS NIVELES DE STOCK AMORTIZADOS

Realizada la investigación, se cuantifico los niveles de stock que mantiene actualmente los consumidores de perfilera, los mismos que son:

Como se mencionó anteriormente, el mercado actual se basa en un proceso de producción para adquirir el producto, por lo que la amortización del stock, es reducido, tal así lo podemos ver en la investigación de acuerdo a la tabla adjunta en todo el mercado existen valores no representativos a título individual.

VALORIZACION PERFILES STOCK						
PERFIL	NACIONAL	PVP	VALOR STOCK	IMPORTADA	PVP	VALOR STOCK
1,2	145	0,51	73,95	73	0,42	30,66
0,6	340	1,01	343,4	433	0,9	389,7

Tabla 4 Valoración de Perfiles Amortizados.

2.6. DETERMINACION DEMANDA DE NUEVO PRODUCTO

Para determinar la demanda del producto propuesto, debemos tomar en cuenta que el mismo está en función de la demanda, por lo que la proyección se realiza a través del pronóstico de ventas, mismo que se prepara en base a las cifras proporcionadas desde el año 2009 por los Representantes de las empresas Marte Industrias y Maviju.

A continuación se presente le cuadro estadístico con la proyección desde el año 2014.

DETERMINACION DE LA DEMANDA EN BASE A LA OFERTA ACTUAL					
AÑO		MARTE INDUSTRIAS	MAVIJU	MERCADO TOTAL	
1	2009	48.245,60	16248,89	64.494,49	
2	2010	96.359,75	25769,63	122.129,38	
3	2011	61.583,78	15076,22	76.660,00	
4	2012	70.548,86	33922,2	104.471,06	
5	2013	55.852,17	14746,97	70.599,14	
6	2014	63.338,71	22.697,40	86.036,11	
7	2015	62.278,93	23.212,27	85.491,21	
8	2016	61.219,16	23.727,15	84.946,30	
9	2017	60.159,38	24.242,02	84.401,40	

Tabla 5.- Determinación de la Demanda en Base a la Oferta Actual

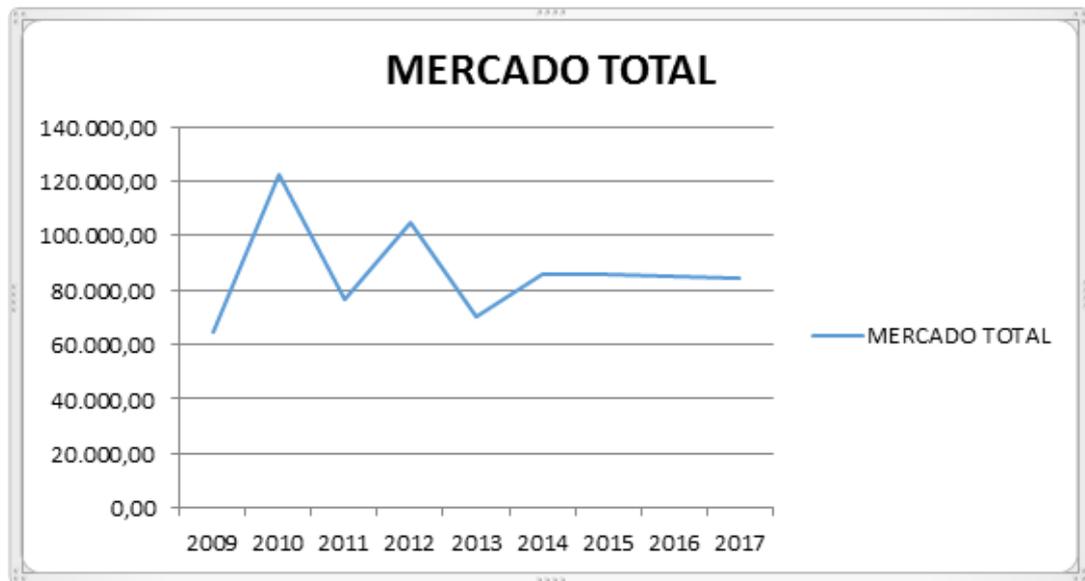


Grafico 15.- Mercado Total Proyectado en base a la Oferta Actual.

Podemos observar que el mercado desde el año 2009 ha venido siendo variante, tal como ya lo habíamos indicado con los resultados obtenidos de la Empresa Alutec, así como del Índice de la Construcción, según el pronóstico de ventas para este mercado durante los próximos cinco años se va a mantener.

Una vez observado el pronóstico de ventas, fue necesario pronosticar la venta en número de unidades, utilizando información proporcionada por la Empresa Alutec desde el Año 2009.

La finalidad fue definir que tipo de perfil se puede producir con mayor cantidad. Por lo que a continuación se presenta la siguiente tabla estadística.

DETERMINACION DE LA DEMANDA PERFILERIA NACIONAL				
	AÑO	60	120	360
1	2009	13264	7866	3064
2	2010	29507	17523	7585
3	2011	29438	12266	7940
4	2012	29319	8045	7313
5	2013	20743	2948	5636
6	2014	28885	3935	7769
7	2015	30362	2004	8256
8	2016	31839	73	8744
9	2017	33316	0	9231
10	2018	34793	0	9718

Tabla 6.- Determinación de la demanda al 2018 Perfileria Nacional.

DETERMINACION DE LA DEMANDA PERFILERIA IMPORTADA		60	120	305
1	2009	19751	7858	6226
2	2010	13274	3195	3439
3	2011	13276	5139	3284
4	2012	6740	4942	1678
5	2013	9319	3628	2689
6	2014	4253	2939	813
7	2015	1513	2267	0
8	2016	0	1596	0
9	2017	0	925	0
10	2018	0	253	0

Tabla 7.- Determinación de la demanda al 2018 Perfileria Importada.

DETERMINACION DE LA DEMANDA PERFILERIA NACIONAL AL 2018

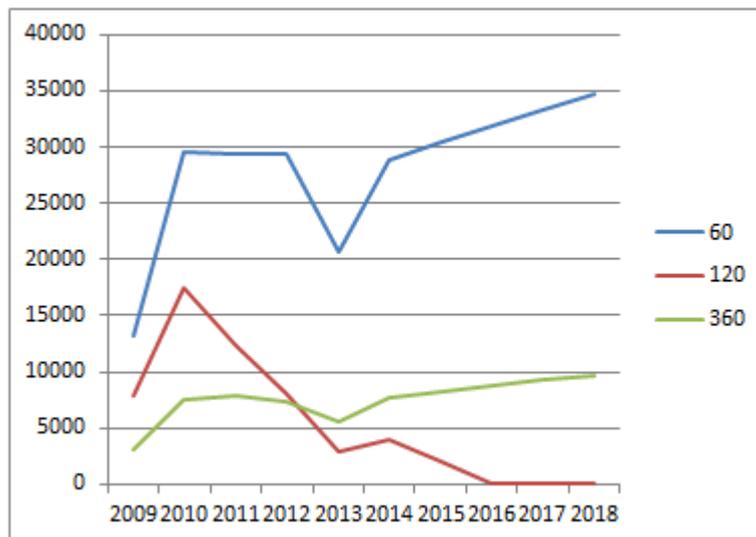


Grafico 16.- Determinación de la Demanda Perfilera Nacional al 2018

DETERMINACION DE LA DEMANDA PERFILERIA IMPORTADA AL 2018

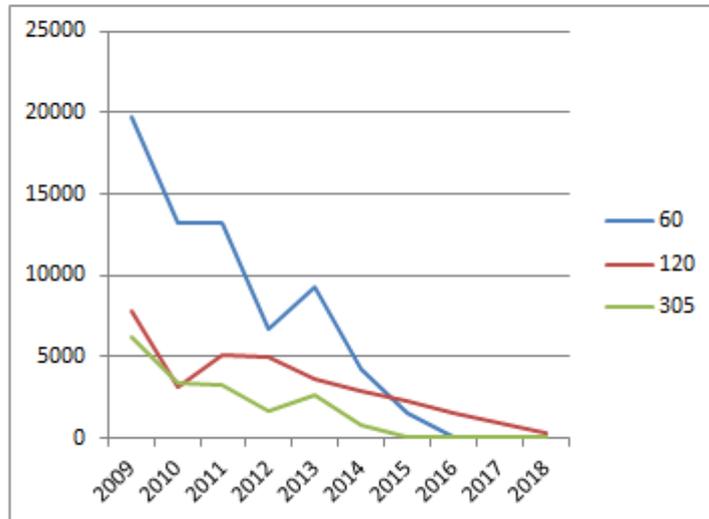


Grafico 17.- Determinación de la Demanda Perfilaria Importada al 2018

Como se puede observar, la tendencia de oferta de T importada es totalmente decreciente, tanto que la nacional da un incremento en el consumo de T de 60 de una forma notable lo que se puede deducir de lo expuesto, es que en número de unidades se produciría mucha más la perfilaria de 60cm.

2.7. DISEÑO PERFIL PROPUESTO.

Como se puede apreciar, el perfil de la propuesta presenta un enganche perfectamente compatible con los productos actualmente existentes en el mercado.

Mantiene un diseño de T, que soporta perfectamente la plancha de cielo raso, es mucho más económico que el producto actual.

**PROPUESTA DE PERFIL COMPATIBLE
CON PERFILERIA NACIONAL E IMPORTADA**



Ilustración 5.- Propuesta de Perfil Compatible

2.8 CARACTERISTICAS Y BENEFICIOS DEL NUEVO PRODUCTO

Datos proporcionados por el Señor Saúl Lozano Reinoso, innovador de esta nueva alternativa de T metálica, manifiesta que las características de la T. Metálica son:

Lamina lisa bajo en carbono, laminada al frío Tecnología ASTMA1008/A 1008M Tipo B, pintura electrostática blanca, espesor de 0,40mm con tolerancia más menos 0,04mm Ancho de 73mm,

Además presenta que, lo importante de lanzar esta nueva propuesta al mercado se basa en:

Que al consumir un nuevo producto de procedencia nacional, los talleres, artesanos y medianas empresas logran que las unidades económicas productivas del país generen empleo e ingresos para nuestra Patria; ya que cuando demandamos más productos nacionales el Producto Interno Bruto crece y se incentiva a la realización de investigaciones para mejorar en este caso la perfilería metálica.

Manifiesta que cuando las personas consumen productos nacionales están apoyando a nosotros los productores para poder reinvertir nuestros ingresos en mejorar la calidad en la industria, y en el conocimiento.

Tal es así que al dar una nueva alternativa de perfilería metálica de procedencia nacional, se generaría mayor empleo generando mayores ingresos, que percibe el estado serian mayores para ser destinados a la educación, vías, salud etc, generando asi mas empleo por la inversión que realiza el Estado.

Finalmente el emprendimiento y puesta en marcha de nuevas innovaciones llevan a vivir bien a las personas, por que mejoran su nivel de vida a través del empleo y mejores ingresos.

2.9. ANALISIS DE LOS DATOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACION

De una población finita de 180 consumidores, se obtuvo una muestra de 118 persona a las cuales se realizó una entrevista basado en 11 preguntas que se detalla a continuación y el resultado de lo expuesto fue lo siguiente



Encuestas 1.- Resultados Pregunta 1

El 57% de entrevistados se conforma el 100% encuestados debido a que el mayor personaje son los consumidores (57%) que actualmente utilizan perfilería metálica para la fabricación de cielo raso falso.



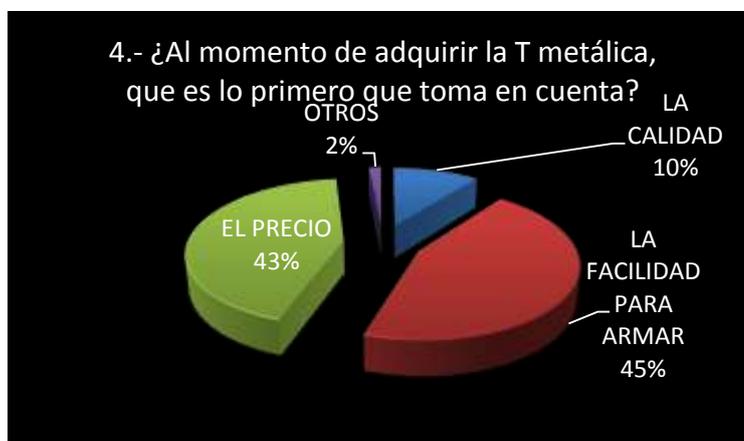
Encuestas 2.- Resultados Pregunta 2

El 67% de los consumidores de perfilera para cielo raso, manifiestan que saben que los perfiles importados frente a los nacionales no son compatibles entre sí.



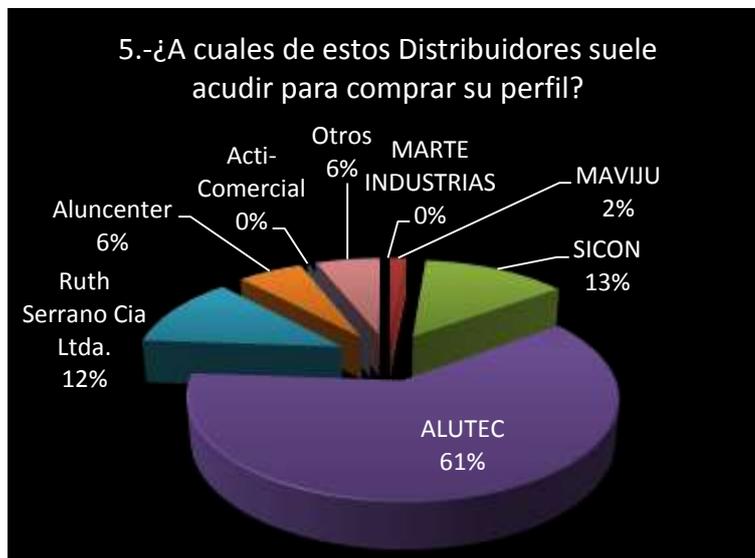
Encuestas 3.- Resultados Pregunta 3

El 64% de consumidores de T metálica han afirmado lo ya mencionado en el consumo general de perfilera metálica es la perfilera nacional.



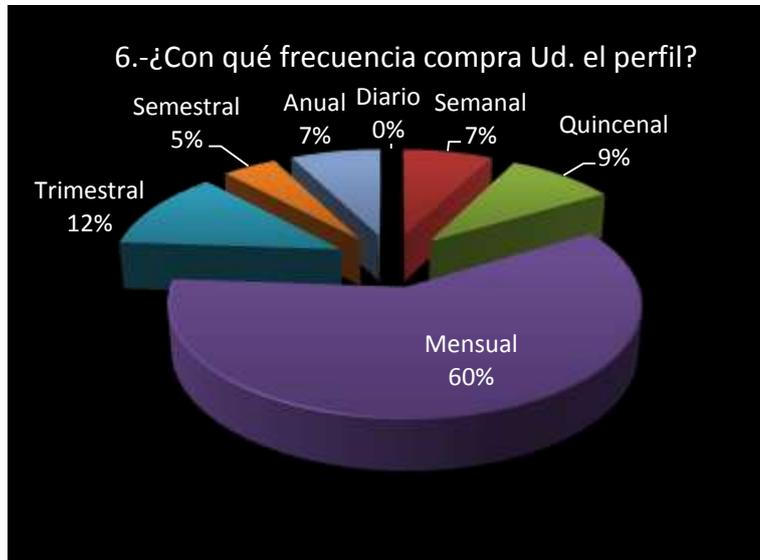
Encuestas 4.- Resultados Pregunta 4

El 43% de los encuestados afirma que el consumo de la perfilera metálica está dado en función del precio muestra que un 45% manifiesta que es por la facilidad del armado, y ya mencionado en párrafos anteriores es por que ahorra tiempo y dinero.



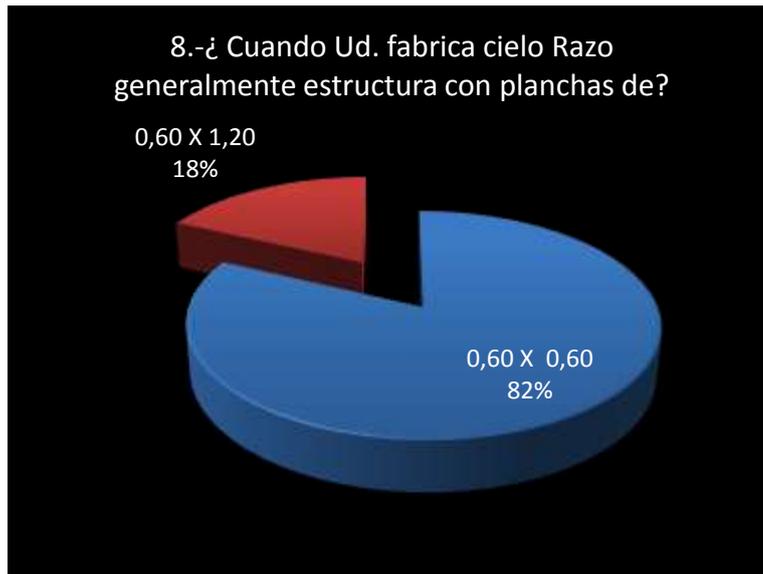
Encuestas 5.- Resultados Pregunta 5

Con esta pregunta encontramos otra afirmación, que el 61% de los consumidores acuden a la empresa Alutec a demandar el producto nacional



Encuestas 6.- Resultados Pregunta 6

La mayor frecuencia de compra se da de forma mensual esto en un 60%, pudiendo deducir por lo expuesto anteriormente que si en verdad el consumo de este producto es en función de la construcción y como este último ha disminuido las compras no son más frecuentes.



Encuestas 7.- Resultados Pregunta 8

El 82% provee de instalación de cielo raso en módulos de 60 x 60, esto debido al incremento de la productividad que se da al estructurar los perfiles según módulos de 60x60



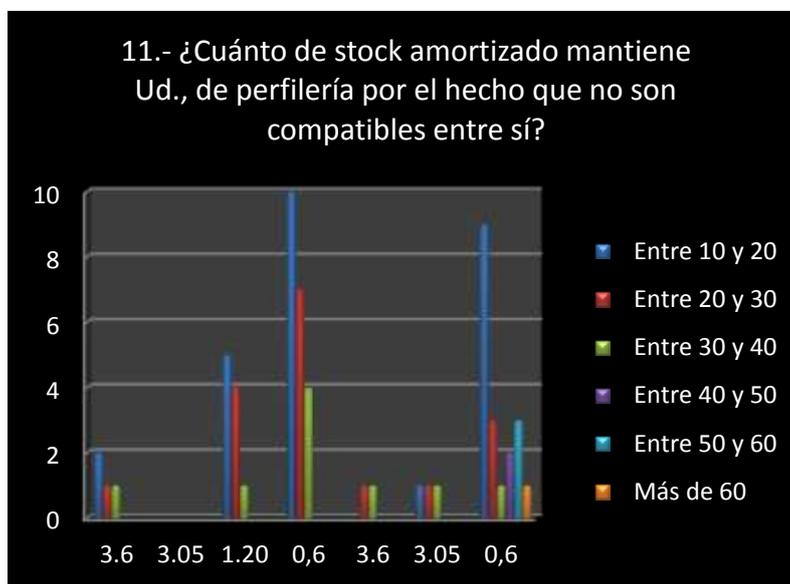
Encuestas 8.- Resultados Pregunta 9

Con la finalidad de incentivar mayor el consumo de perfilera metálica se procedió a realizar esta pregunta de innovación, dando como resultado que el 64% de los encuestados si desearían de una alternativa de perfil que permita ser compatible y de como resultado el ahorro de tiempo en la búsqueda de abastecimiento de inventarios.,



Encuestas 9.- Resultados Pregunta 10

El 85% de la personas encuestadas manifiestan en que si bien ambos productos son demandables, no son compatibles por lo que cuando les sobra la materia prima (PERFILERIA METALICA) sea esa importada o nacional ya no pueden utilizar para otra obra porque son pequeñas cantidades que se le envía al stock, y a la final se amortiza hasta cuando haya una obra donde se pueda utilizar perfileria sobrante.



Encuestas 10.- Resultados Pregunta 11

4. CAPITULO 3: DISCUSION

Este estudio tuvo como propósito analizar la aceptación de la demanda, con la introducción de una T-metálica para cielo raso falso, que sea compatible con las ofertadas actualmente en la provincia del Azuay; como puntos específicos e importantes en el tema de investigación se resaltan los siguientes:

- 1.- Identificar los consumidores actuales de T- metálica en el Cantón ci.
- 2.- Conocer el consumo actual de T- metálica en el Cantón Cuenca
- 3.- Cuantificar los niveles de stock amortizados de T-metálica por falta de compatibilidad entre las ofertadas actualmente.
- 4.- Determinar la demanda potencial del nuevo producto.

Con los antecedentes mencionados se procede a discutir los principales hallazgos de este estudio.

De los resultados obtenidos en la investigación, se puede deducir que los Consumidores actuales se encuentran satisfechos con la propuesta de una perfilera metálica para cielo raso que es compatible con las ofertadas actualmente en el mercado tanto con la de producción nacional como con la importada; esto por la facilidad de armar la estructura para el cielo raso dándoles como resultado el ahorro de mano de obra en la instalación del producto y su facilidad de utilizar materiales restantes de obras anteriores por la compatibilidad existente, reduciéndoles sus costos de desperdicio.

Es muy importante hacer hincapié en que los stocks por restante de material que estos grupos manejan son mínimos, debido a que el mercado está en función de la demanda del producto esto es que los cielos razos se fabrican por órdenes de producción, de acuerdo a la solicitud del cliente.

Se obtuvo que la ventaja de la compatibilidad de este producto, se da en las reparaciones de cielo raso, ya que cada uno de los existentes en edificación, oficinas, salones de recepción, viviendas etc., se encuentra realizado con materiales importado o de producción nacional, dependiendo el gusto o la economía del cliente; esta ventaja está demostrada ya que no se podría reemplazar una parte de la estructura si no es con el mismo material, y esto haría que el propietario / cliente incurra en gastos adicionales de reparación, pero con la existencia de esta nueva alternativa solo se repararía la parte averiada.

Cabe mencionar que uno de los hallazgos importantes, es el hecho que este producto es adquirido de acuerdo a como se va el índice de construcciones, pero se encontró que el nivel de construcción a nivel del Azuay ha disminuido notablemente, por lo que el mercado es muy variable en este sector;

Por lo expuesto manifiesto que el producto no es rentable dentro del mercado Azuayo, y que si el constructor desea comercializar deberá enfocar su producto al mercado nacional.

5. CONCLUSIONES

Este estudio, contempla un punto muy importante para la correcta toma de decisiones por parte de la Gerencia de las empresas Cuencanas, interesadas en realizar una inversión en producir este tipo de producto sustituto.

El estudio fue importante ya que se realizó un análisis en el mercado con la finalidad de conocer a los consumidores actuales de perfilaría metálica y así poder lanzar esta nueva propuesta al mercado

Al encontrar en la investigación, que el consumo del producto viene dado por órdenes de producción, se comparó esto con los permisos de construcción dados a nivel de las principales ciudades del Ecuador, encontrándonos como resultado que en la Provincia del Azuay el índice de construcción ha disminuido notablemente, así como la el consumo de la T metálica en la empresa Alutec ha decrecido en forma considerable en los últimos años.

Por esto se recomienda que el innovar este producto, su comercialización deberá estar apoyado además del Cantón Cuenca, en las principales ciudades del Ecuador como es Quito, Guayaquil y Machala donde el nivel de construcción es creciente.

6. REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

- HERRERA, P. & ELICER, J.2009. Enfoque Gerencial. Ecor Ediciones
- MEZA, J. 2013. Evaluación Financiera de Proyectos Eco Ediciones
- FERNANDEZ, R. 2013 La mejora de la productividad en la pequeña y mediana empresa. Editorial Ecu
- CORDOVA, M. 2012 Gestión Financiera. Ecu Ediciones.
- JANES, B. 2011. Manual de diseño para manufactura guía práctica para productos a bajos costo Mc Graw- útil Internacional

INDICE GENERAL

1.- INTRODUCCION	1
2. CAPITULO 1: MATERIALES Y METODOS	2
3. CAPTITULO 2: RESULTADOS	3
2.1 COMERCIALIZACION DE T METALICA EN LOS CANTONES DE CUENCA AZOGUES Y GUALACEO.	3
2.1.1 MARTE INDUSTRIAS C.A PRODUCTORA DE PERFILERIA PREPINTADA NACIONAL..	3
2.1.2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA MARTE INDUSTRIAS.....	3
2.1.3 DISEÑO DEL PRODUCTO MARTE INDUSTRIAS	4
2.1.4 ARMADO DE PERFILERIA DE PRODUCCION NACIONAL MARTE INDUSTRIAS	4
2.1.5 CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO DE MARTE INDUSTRIAS	5
2.1.6 PRINCIPALES CLIENTES MARTE INDUSTRIAS.....	7
2.1.7 VENTAS CANTON CUENCA MARTE INDUSTRIAS.....	7
2.1.8 MAVIJU S.A COMERCIALIZADORA DE PERFILERIA IMPORTADA	7
2.1.9 DISEÑO DEL PRODUCTO MAVIJU	8
2.1.10 ARMADO DE PERFILES IMPORTADOS MAVIJU.....	9
2.1.11 CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO IMPORTADO POR MAVIJU	10
2.1.12 PRINCIPALES CLIENTES MAVIJU	11
2.1.13 VENTAS CANTON CUENCA MAVIJU	11
2.2 COMERCIALIZACION DE PERFILERIA METALICA NACIONAL E IMPORTADA.....	12
2.3 IDENTIFICACION DE CONSUMIDORES DE PERFILERIA METALICA PARA CIELO RAZO EN LOS CANTONES DE CUENCA AZOGUES GUALACEO.	12
2.4. COMERCIALIZACION DE PERFILERIA METALICA NACIONAL VS. IMPORTADA	16
2.4.1 VENTAJAS DE UTILIZAR T METALICA NACIONAL	16
2.4.2 CONSUMO DE PERFILERIA NACIONAL EN T-0-60 EN LOS CANTONES DE CUENCA – AZOGUES .GUALACEO DESDE EL 2009 AL 2013	16
2.4.3 CONSUMO DE PERFILERIA IMPORTADA EN LOS CANTONES DE CUENCA – AZOGUES .GUALACEO DESDE EL 2009 AL 2013	20
2.5. CUANTIFICACION DE LOS NIVELES DE STOCK AMORTIZADOS.....	24
2.6. DETERMINACION DEMANDA DE NUEVO PRODUCTO.....	25
2.7. DISEÑO PERFIL PROPUESTO.....	28
2.8 CARACTERISTICAS Y BENEFICIOS DEL NUEVO PRODUCTO	29
2.9. ANALISIS DE LOS DATOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACION.....	30
4. CAPITULO 3: DISCUSION	35
5. CONCLUSIONES	36

6. REFERENCIA BIBLIOGRAFICA.....	36
----------------------------------	----

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.- Ventas en miles de dólares Marte Industrias Cuenca.....	7
Tabla 2.- Ventas en miles de dólares Maviju S.A Sector Cuenca.	12
Tabla 3.- Consumidores de Perfilera Metálica	15
Tabla 4 Valoración de Perfiles Amortizados.	25
Tabla 5.- Determinación de la Demanda en Base a la Oferta Actual.....	25
Tabla 6.- Determinación de la demanda al 2018 Perfilera Nacional.	26
Tabla 7.- Determinación de la demanda al 2018 Perfilera Importada.....	27

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1.- Ventas Perfilera Nacional en Unidades Cantón Cuenca.-	17
Grafico 2.- Ventas Perfilera Nacional en Unidades Cantón Azogues.....	18
Grafico 3.- Ventas Perfilera Nacional en Unidades Cantón Gualaceo.	19
Grafico 4.- Mercado Total de Perfilera Nacional Cantón Cuenca - Azogues- Gualaceo	19
Grafico 5.- Ventas Perfilera Importada en Unidades Cantón Cuenca.....	20
Grafico 6.- Ventas Perfilera Importada en Unidades cantón Azogues.	21
Grafico 7.- Ventas Perfilera importada en unidades Cantón Cuenca.	21
Grafico 8.- Mercado Total de Perfilera Importada en Cantones Cuenca - Azogues – Gualaceo.	22
Grafico 9.- Participación en el Mercado Perfilera Nacional e Importada	22
Grafico 10 Participación en el mercado Perfilera Nacional e Importada 2010.	23
Grafico 11 Participación en el Mercado Perfilera Nacional e Importada 2011	23
Grafico 12 Participación en el Mercado Perfilera Nacional e Importada 2012	23
Grafico 13 Participación en el Mercado Perfilera Nacional e Importada 2013.	24
Grafico 14.- Comercialización Perfilera Nacional VS. Importada desde el 2009 al 2013.....	24
Grafico 15.- Mercado Total Proyectado en base a la Oferta Actual.	26
Grafico 16.- Determinación de la Demanda Perfilera Nacional al 2018	27
Grafico 17.- Determinación de la Demanda Perfilera Importada al 2018	28

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.- Diseño perfilera metálica Producción Nacional.....	4
Ilustración 2.- Armado de perfilera de Producción Nacional.....	5
Ilustración 3.- Diseño Perfilera Metálica Maviju.....	9
Ilustración 4.- Armado de Perfilera Metálica Maviju.	10
Ilustración 5.- Propuesta de Perfil Compatible	29

INDICE DE ENCUESTAS

Encuestas 1.- Resultados Pregunta 1	30
Encuestas 2.- Resultados Pregunta 2	31
Encuestas 3.- Resultados Pregunta 3	31
Encuestas 4.- Resultados Pregunta 4	31
Encuestas 5.- Resultados Pregunta 5	32
Encuestas 6.- Resultados Pregunta 6	32
Encuestas 7.- Resultados Pregunta 8	33
Encuestas 8.- Resultados Pregunta 9	33
Encuestas 9.- Resultados Pregunta 10	34
Encuestas 10.- Resultados Pregunta 11	34