

## REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

***“MATERIALES PURÉPECHA”***

**Autor: JORGE CABALLERO GUILLÉN**

**Tesis presentada para obtener el título de:  
LICENCIADO EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**Nombre del asesor:  
L.C.I. Y M.C.E.S. CAROLINA CORTEZ VÁZQUEZ**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





# **ESCUELA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**“MATERIALES PURÉPECHA”**

# **TESINA**

**Que para obtener el título de:  
LICENCIADO EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**Presenta:**

**JORGE CABALLERO GUILLÉN**

**Asesor:**

**L.C.I. Y M.C.E.S. CAROLINA CORTEZ VÁZQUEZ**

**No. De acuerdo LCI 100843    CLAVE 16PSU0011T**

# **DEDICATORIA**

A mis hijos y mi esposa. Aun no los conocía y ya pensaba en ustedes, mis estudios, mi preparación y mi trabajo fue hecho pensando en ustedes y para ustedes.

# **AGRADECIMIENTOS**

A mis padres, a mis hermanos y a mis abuelos este trabajo y el logro de esta titulación es suyo también.

## Índice

RESUMEN EJECUTIVO .....	2
INTRODUCCIÓN .....	4
CAPÍTULO 1 LA EMPRESA .....	5
1.1 EL PANORAMA EMPRESARIAL .....	5
1.2 SURGIMIENTO DE LA IDEA .....	6
1.3 ARRANQUE DEL NEGOCIO .....	7
1.4 DESARROLLO DE LA INFRAESTRUCTURA.....	8
1.5 LA AMPLIACIÓN DE LA OFERTA .....	11
1.6 LA CONFORMACIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO.....	16
1.6.1 EL EQUIPO INICIAL .....	16
1.6.2 EL PERSONAL ACTUAL .....	17
1.7 ENTORNO LABORAL .....	22
1.8 REGLAMENTO INTERNO DE MATERIALES PURÉPECHA .....	23
SANCIONES: .....	24
OBLIGACIONES ESPECIALES.....	25
1.9 FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL .....	27
NUESTRA ESENCIA.....	27
MISIÓN .....	28
VISIÓN.....	28
VALORES.....	28
NUESTRA FILOSOFÍA .....	28
1.10 ANÁLISIS FODA.....	29
FORTALEZAS .....	29
DEBILIDADES .....	30
OPORTUNIDADES .....	30
AMENAZAS .....	30
CAPÍTULO 2 LOS PRODUCTOS Y ACTIVIDADES DEL NEGOCIO .....	31
2.1 LA EXPANSIÓN DE PRODUCTOS.....	31

2.2 OFERTA DE PRODUCTOS ACTUALES.....	32
2.3 BODEGA .....	35
2.3.1 POLVOS .....	35
2.3.2 ACERO .....	38
2.3.3 TUBERÍA .....	38
2.4 PATIO DE CARGA .....	39
2.4.1 PÉTREO .....	39
2.4.2 PREFABRICADOS .....	40
2.5 ÁREA DE EXHIBICIÓN.....	41
CAPITULO 3 SITUACION DEL MERCADO.....	45
3.1 CLIENTES .....	46
3.2 PROVEDORES.....	50
3.3 COMPETENCIA .....	53
3.3.1 OBJETIVOS DE UN ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	55
3.3.2 TÉCNICAS PARA EL ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	55
3.3.3 NUESTROS COMPETIDORES.....	56
CAPÍTULO 4 PROGRAMA DE DESARROLLO .....	58
4.1 ENFOQUE Y DELIMITACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO .....	58
4.2 TIPOLOGÍA DE CLIENTES .....	60
4.3 ESTRATEGIAS DE VENTA.....	64
4.4 PUBLICIDAD GENERICA.....	72
4.5 PROYECCION DE MATERIALES PUREPECHA.....	73
INDICÉ DE REFERENCIAS .....	75
ANEXOS.....	76
MARCAS Y PRODUCTOS QUE DISTRIBUYE MATERIALES PUREPECHA .....	76
CEMEX.....	76
PRODUCTOS PEGADURO .....	77
YESO.....	78
CAL PERLA.....	78
MARMOLINA .....	78

ACERO .....	79
TUBOS .....	80
PÉTREO.....	81
PREFABRICADOS.....	81
PRODUCTOS TRUPER.....	82
PRODUCTOS VOLTECK.....	83
PRODUCTOS FOSET .....	84
PRODUCTOS HERMEX .....	85
PRODUCTOS FIERO.....	86
PRETUL .....	87
PRODUCTOS KLINTEK.....	88
REPORTES FINANCIEROS DE VENTAS .....	89

## **RESUMEN EJECUTIVO**

En el capítulo 1 hablaré de cómo surge la idea de crear materiales purépechas, en que momento y quienes participan directa e indirectamente en la creación de esta idea; en qué situación me encontraba cuando surge la idea de materiales purépecha.

Explicaré de forma resumida el panorama empresarial (situación comercial) de Uruapan Michoacán, que es donde nace Materiales Purépecha.

Hablaré del arranque del negocio, donde y en qué condiciones inicia Materiales Purépecha, con qué capital contaba, cuales son los productos con los que empieza a comercializar. Como adapto lo que tengo a la mano para crear una infraestructura para el negocio que va iniciando, como me hago de un equipo de reparto y de la curva de aprendizaje que tenemos por las experiencias que vivimos en nuestros inicios.

Expondré la historia de nuestros inicios al día de hoy; como fue desarrollándose este proyecto que en un inicio no contaba con un nombre y que al paso del tiempo fue tomando forma y nombre de los sueños de una persona; veremos cómo fue incrementando la oferta de productos, los que incluimos y los que descartamos al paso del tiempo. Como se conformó el equipo de trabajo en un inicio y como fue cambiando al paso del tiempo. También hablare de cómo está conformado el equipo de trabajo actual, cuales son los puestos, cuales son las funciones de estos puestos. Como es el entorno laboral de Materiales Purépecha en la actualidad, cual es el reglamento interno. También analizaremos la filosofía de la empresa su misión, visión y valores. Hablaré del análisis FODA más reciente de la empresa, que nos servirá para desarrollar las estrategias de desarrollo vistas en el capítulo 4.

En el capítulo 2 veremos la oferta actual de los productos que comercializamos, así como su clasificación y distribución dentro de nuestras instalaciones, la división por áreas de carga, almacenamiento y exposición de mercancía; describiré las marcas y familias de productos que ofrecemos.

En el capítulo 3 explicaré la situación actual del mercado y las partes involucradas en las actividades diarias de la empresa: clientes, proveedores y competencia. Hablaré de los clientes más recurrentes y al segmento que pertenecen, las ventas que generamos por segmento dentro de un ejercicio fiscal, y los artículos que más nos consumen por segmento; de los proveedores que tiene Materiales Purépecha, la relación que existe con ellos, los apoyos que nos ofrecen, el tiempo que tenemos trabajando con ellos y las compras que les realizamos al año, así como los productos que más le consumimos a cada proveedor; sobre la competencia directa que tiene materiales purépecha, clasificare a los competidores, explicaré las precauciones que tomamos con los competidores y las acciones que llevamos a cabo para protegernos de competencia desleal y competir con ellos con prácticas amistosas.

En el capítulo 4 hablaré de las estrategias que implementamos para el desarrollo de Materiales Purépecha así como los factores que limitaran este desarrollo ya que somos una empresa con filosofía y esencia, que nos obliga alinear nuestras estrategias a buenas prácticas comerciales y no ventas forzadas. Hablaremos de los comportamientos recurrentes de los clientes, que utilizamos para poderlos clasificar y crear una estrategia de venta acorde a los patrones de conducta que presenta, así como el trato que le otorgaremos a cada cliente. La publicidad dentro y fuera de la tienda que utilizaremos para apoyo a las estrategias de venta. Hablaremos también de manera resumida de la publicidad genérica que realiza materiales purépecha. Y por último explicamos que le espera a materiales purépecha, a donde dirige sus esfuerzos, cual es el posible futuro de Materiales Purépecha.

## INTRODUCCIÓN

La vida está llena de incertidumbres y desafíos, de fracasos y éxitos; y son pocas las personas que realmente saben lo que quieren y aún menos las que tiene el valor para buscarlo; desafortunadamente yo no soy una de esas personas, y no niego que me hubiese gustado serlo.

Aun y cuando no supe de joven que es lo que deseaba, y mucho menos fui alguien con el valor y coraje para buscar lo que quería, conté con personas extraordinarias a mi lado que me enseñaron a soñar, a creer en ideales y luchar por ellos, a construir mis sueños; personas que me guiaron, me educaron, me enseñaron a trabajar y amar mi trabajo, a sentirme orgulloso de mis logros, por pequeños que fueran.

Tuve la fortuna de coincidir en esta vida con personas, fuera de mi familia también extraordinarias, que compartieron conmigo sus conocimientos, sus anécdotas aciertos y derrotas, que me ayudaron a crecer como persona, como profesionalista, como comerciante, como empresario.

Muchas de estas personas familiares y ajenas a mi familia fueron y son ejemplos de vida a seguir, algunos ya no están y otros aún siguen enseñándome.

Este proyecto es el desarrollo de una pequeña idea, que después se convirtió en un sueño, y con mucho, tiempo y esfuerzo, en realidad; no está por concluido y aún falta mucho camino que recorrer, gran parte del sueño por construir; y como inicie este prologo "la vida está llena de incertidumbres", no sé hasta donde pueda construir este sueño, no sé si siga contando con personas extraordinarias a mi lado, o si aún encuentre más en mi camino. Pero si sé que seguiré disfrutando de mi trabajo, de mi proyecto "PUREPECHA".

# **CAPÍTULO 1 LA EMPRESA**

## **1.1 EL PANORAMA EMPRESARIAL**

La manera en que surge Materiales Purépecha es seguramente una historia un tanto convencional y no muy distinta las historias de empresarios tradicionales en nuestro país: alguien que aspira a ser su propio jefe y decide poner un negocio; con capital propio, con equipo de segunda mano o incluso prestado, tomando ideas propias y ajenas para darle forma a la propia empresa conforme a lo que observa a su alrededor. Y es en este esquema que se adquieren muchas veces modelos obsoletos al iniciar el nuevo negocio que no suelen ser los más adecuados ni pertinentes para la supervivencia de la empresa

Acorde a los últimos estudios desarrollados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2016) la esperanza de vida de los negocios en la República Mexicana para el sector comercial oscila en alrededor de los 7 años, mientras que en Michoacán la media se encuentra en 6.3 años, particularmente el municipio de Uruapan cumple esta cifra.

Uno de los factores que inciden en la desaparición de dichas empresas es el hecho de no contar con plan de negocios, (INADEM, 2017) el cual es fundamental para saber la rentabilidad del negocio, pues la sola idea puede prometer mucho pero no prepara para los eventos imprevistos; dicho factor es singularmente mencionado por la experiencia propia en Materiales Purépecha.

El desarrollo de las actividades propias del establecimiento comercial dentro de su cotidianidad natural en incontables ocasiones absorbe la necesidad de formular el plan estratégico o bien el diagnóstico situacional de la empresa para encaminar

esfuerzos sobre las áreas de oportunidad previamente detectadas incluso impulsar las fortalezas del negocio.

No obstante, todas estas vicisitudes naturales en el ambiente empresarial, como propietario de Materiales Purépecha tuve la oportunidad de llegar a un punto de inflexión que me permitió elaborar el diagnóstico y desarrollar el plan estratégico.

Materiales Purépecha es una empresa local dedicada a la comercialización de materiales para construcción y productos ferreteros, así como el servicio de renta de equipo ligero para la construcción.

## **1.2 SURGIMIENTO DE LA IDEA**

Es alrededor del año 2010 que me encontraba de regreso en mi ciudad natal, Uruapan, previo haber vivido varios años fuera por estudiar mi carrera universitaria e intentar trabajar para una empresa de comercio exterior en Morelia. Poco tiempo después al regresar me di cuenta que contaba con \$20,000 en mis ahorros bancarios y un vehículo Jetta 2004 de poco valor comercial, incluso me había visto en la necesidad de devolver al banco una casa comprada 4 años antes en la capital michoacana sin recuperación efectivo alguno.

Mi realidad en esa etapa era la de un desempleado: sin casa ni el dinero suficiente para sobrevivir, lo cual me llevaba a pensar en el fracaso financiero e imposible la idea de creer que contaba con lo mínimo para iniciar un negocio; además surgían preguntas como: ¿de qué iba a mantenerme mientras iniciaba mi negocio?, pero no era la mayor preocupación sino ¿qué clase de negocio iniciar?

Sin la suficiente experiencia laboral para incluirla en mi currículum al solicitar trabajo en alguna empresa, no tenía conocimientos de algún oficio (carpintero, hojalatero, etc.), sin la mínima idea de algún negocio que pudiera iniciar por mi cuenta; no

obstante que esta era la razón por la que había regresado a Uruapan: formular algo con esfuerzo propio.

Después de una serie de profundas reflexiones sobre mi falta de experiencia empresarial, me puse a considerar las áreas de los negocios familiares que giraban en la comercialización de materiales para la construcción, productos ferreteros y renta de madera; lo que me ayudó a tomar la decisión de incursionar por cuenta propia en los mismos rubros; aunque la realidad era que tenía poca noción de los artículos que me dedicaría a comprar y vender con exactitud, excepto que sí estaría relacionado con alguna de dichas áreas.

Es en aquel momento crucial cuando uno de mis hermanos inspiró en mí la idea de vender madera, teniéndolo a él como un primer cliente seguro, puesto que él se dedicaba a la renta de cimbra. Así iniciaría mi primera incursión formal en los negocios: como proveedor de mi propia familia, con un tipo de actividad que no les generaría competencia directa.

### **1.3 ARRANQUE DEL NEGOCIO**

Tres meses después de planear meticulosamente y hacer un cuidadoso análisis financiero resuelvo que era insuficiente para una inversión inicial de capital y decido trabajar con un familiar para poder cubrir los gastos personales con mi sueldo y ahorrar lo suficiente para obtener el recurso; logrando integrar un total de \$95600.

Ya conformado una parte del capital inicial me di a la tarea de investigar en diversos lugares cotizaciones para hacer la compra de vigas de madera, puntales redondos, tablas de varias medidas; así como en aserraderos y madererías; con la idea que por volumen y al pagar de contado sería más fácil negociar un mejor precio con los proveedores, utilizando como ventajas competitivas el pago en una sola exhibición y el volumen de compra. En ese momento consideré como la mejor decisión para el

negocio que estaba a punto de emprender, pero pronto descubriría que una de las ventajas que creía tener como herramienta, sería también un error de novato, que me llevaría a un problema de inventarios a futuro, así como el darme cuenta de lo delicado del tratamiento de la madera.

El haber indagado más del producto base de mi negocio, me hubiera permitido advertir ciertas características inherentes de la madera que requerían ciertos cuidados y que no era buena idea tenerla en exceso de inventario. Colocar toda la madera era tardado y más por el volumen que había comprado, además de no haber considerado el hecho que, como negocio nuevo, tardaría aún más el desplazar mi mercancía, en lo que me daba a conocer y lograra acreditamiento mercantil: la clientela.

Transcurrido poco menos de un mes del inicio del proyecto (el cual aún no contaba con nombre) tuve mi primera adversidad comercial: la venta del único medio de transporte con el que contaba, la falta de una camioneta para repartir, y el lugar donde se encontraba almacenada la madera era una bodega prestada con el riesgo de ser solicitado en cualquier momento; evidenciando una falta de infraestructura.

#### **1.4 DESARROLLO DE LA INFRAESTRUCTURA**

La infraestructura es esencial para cualquier empresa, negocio o establecimientos comerciales popularmente denominados "changarros"; sin importar el tamaño del proyecto siempre debe considerarse, antes de ejecutarse. La infraestructura debe tomarse en cuenta en la realización de cualquier negocio; no contemplarla dentro de la planeación puede ser motivo del fracaso empresarial, si se corre con suerte, el propietario tendrá la solvencia económica para solucionarlo invirtiendo en infraestructura. En ambos casos se convierte en debilidad cuando no fue contemplada debidamente.; problema que se puede evitar al considerar la

infraestructura que requiere la empresa antes de iniciar el proyecto dentro de la planeación.

Un punto importante al desarrollar la infraestructura dentro de la planeación es considerar el crecimiento natural de la empresa junto con sus necesidades, de lo contrario frenará el potencial desarrollo de la empresa.

Todo lo anterior me permitió valorar la importancia de la infraestructura y necesidades de espacio, maquinaria, herramienta y soportes de almacenamiento, que cada vez eran mayores a lo que ya tenía en existencia.

En algunas ocasiones la expansión de la infraestructura o la creación de ésta es rebasada por el crecimiento de la empresa, obligándola a replantear la idea original, una o varias veces, antes de concluir con la construcción o ampliación de esta misma.

Durante cierto periodo de tiempo se aceleró el crecimiento del negocio exponencialmente y me obligó a realizar cambios repentinos, como la creación de una galera para almacenar la mercancía y casi inmediatamente ampliarla, e incluso considerar otra debido a la falta de espacio para montar un taller para armar tarimas de cimbra.

Si no se consideran estos elementos de expansión, puede ocurrir un bloqueo en el desarrollo de la empresa y obligarla a cambiar de ubicación a un lugar más amplio, que va conllevar a una inversión mayor, y pérdida de tiempo. En el caso de tratarse de herramienta o estructura de almacenamiento (estantería, anaqueles, góndolas, repisas, separadores, etc.) o de trabajo (moldes, bancos de trabajo, mesa de trabajo, bases de soporte, etc.), quedaran obsoletas y se tendría que invertir de nuevo en estos equipos, en el peor de los casos, nos tocaría destruir o desarmar

estructuras, que se convertiría en un gasto, y solo para hacer espacio para la nueva estructura.

Por ello es importante adecuar nuestros equipos en forma que podamos complementarlos o extenderlos en un futuro, y la herramienta de trabajo es importante que se compre con un grado de fuerza mayor al requerido por la empresa, así nuestros estándares de producción podrán incrementarse si creciera nuestra demanda, esto sin tener que hacer una nueva inversión en herramienta pues la que tenemos cubriría esa necesidad.

La infraestructura se realiza de acuerdo con la capacidad económica del propietario y no es requisito esencial la inversión en la infraestructura sobrada, menos aún si no se contempla la idea dentro del proyecto; hay negocios que se planean o crean con la idea de un tamaño específico y no se da el crecimiento, o simplemente por su naturaleza no lo requiere.

Hice un análisis de los requerimientos mínimos de infraestructura, como el del equipo de reparto y comencé a pensar en alternativas en el corto plazo.

La falta del equipo de reparto fue resuelta con algo de creatividad: una camioneta vieja doble rodado propiedad de mi familia que estaba descompuesta y arrumbada; Ford modelo 1973 custom azul, con plataforma de redilas (ambas de madera, en muy mal estado, casi podrida la madera incluso faltaban algunas tablas tanto en la plataforma como en la redilas). No lo dude y me dirigí a la camioneta o lo que quedaba de ella, para revisarla y buscar la manera de echarla andar. Así que después de un mes de haber iniciado mi negocio ya tenía camioneta para repartir la madera, que vendía.

Sin contar con el dinero para comprar una propiedad o bodega pensé que la solución momentánea sería buscar una bodega de renta, pero me di cuenta que las bodegas

en renta son mucho más caras que las casas habitación en renta, dados los precios entendí que solo era posible encontrarla en las orillas de la ciudad, puesto que al interior era muy difícil encontrar aun terrenos sin construcción en renta y si los hubiera estarían las rentas muy caras; yo no lo encontré, así que opte por rentar una casa habitación con cochera cerrada con loza, 2 recamaras y un espacio muy amplio en la entrada para sala y comedor; que todo lo adapte como bodega, en el espacio que era para sala y comedor guarde las vigas, de madera, las recamaras las use para guardar las tablas de distintas medidas, las tarimas las guarde en la azotea ya que la construcción era de solo una planta, incluso adapte un pequeño banco de madera que hice yo mismo para hacer tarimas, y los puntales redondos lo guarde en la cochera, todo por la simple cantidad de \$1000 al mes.

### **1.5 LA AMPLIACIÓN DE LA OFERTA**

El tiempo transcurrido hizo darme cuenta de que la madera también es un producto perecedero de cuidados especiales con situaciones particulares: se pudre con el agua, se tuerce con el sol, se la come la polilla, etc.

Al cambiar la madera de lugar (de la bodega de mi abuelo a la casa que rente) Comenzaron las lluvias, mal tiempo para la construcción, mis ventas bajaron bastante ya que los pocos clientes que tenía eran personas que rentaban cimbra, y si ellos no tenían trabajo, no me compraban madera. Al paso del tiempo me di cuenta de que la mayoría de la madera que tenía se estaba torciendo, otra se llenaba de un musgo verdoso (comúnmente conocido como lama), o bien daba indicios de empezar a descomponerse.

Indagué una forma de solucionar el problema y aunque buscaba más clientes y trataba de hacer más ventas, no lograba mucho por la temporada de lluvias. Así que, en mi búsqueda por solucionar mi situación, opté por cortar las tablas para hacer tablas más pequeñas para armar tarima, una tabla normalmente mide 2.5

metros de largo, de espesor 1 pulgada y de ancho varia la medida, las tablas de una tarima se requieren de 1 pulgada de espesor y 50 centímetros de largo, el ancho puede variar. Podía sacar 5 tablas para tarima de una tabla de grande, esto implicaría que invirtiera tiempo y dinero en cortar las tablas y armar tarimas además de que la tabla para tarima era más barata que la tabla normal, sin embargo, era la única forma que en ese momento yo veía para resolver la situación de la madera que tenía torcida o manchada, no perdería dinero, pero mis utilidades serían mínimas. Tenía otro problema con las vigas similar, se torcían y se manchaban, así que con las vigas hice barrotes para las tarimas.

Al decidir procesar la madera, tuve que montar un pequeño taller para cortar la madera y armar las tarimas en la casa que había rentado, lo hice cerca de las tablas, sobre la azotea. Busque las tablas y vigas más torcidas y manchadas para procesarlas, trate de reacomodar todo en forma que la madera que apenas comenzaba a torcerse o a manchar, se vendiera primero, y deje lo mejor hasta atrás. Investigue con aserraderos, carpinteros y madererías de qué manera podía evitar que se torciera la madera o manchara. Para ponerlo en práctica y evitar que toda mi madera terminara en tarimas.

Me recomendaron mantenerla en un lugar seco y con luz para que la madera no contrajera ese musgo verduoso, pero también debía estar en un lugar donde no le diera el sol directamente, condiciones complejas de homologar.

Incluso debía estar prensada para evitar su torcimiento. Y una forma de hacerlo es apilando una tabla sobre otra, lo más alto posible y amarrarla de las puntas y al centro (con bandas mejor) lo cual aplicaba a las vigas por igual.

Debo decir que funciona de cierta forma, pero no del todo, retrasas el tiempo en que se tuerza la madera, sin embargo, no puedes evitarlo por completo, es parte de la naturaleza de la madera por sus vetas características.

Para aprovechar el producto monté mi pequeño taller de tarimas, compré un pequeño banco de madera con su respectiva cortadora circular, la cual conseguí a través de una especie de comercio compensatorio (CNUDMI, 1993) porque intercambié una parte en especie con un cliente, lo recibí por \$1,000. Personalmente armé un molde con madera para ensamblar las tarimas de 1 metro por 50 centímetros.

En octubre de 2010 comienzo a rentar cimbra, al haber hecho demasiadas tarimas, y no venderse, decido también ponerla en renta y comienzo con pedidos pequeños de obras de particulares atraídas directamente. Por medio de un cliente que me compraba madera y se dedicaba a la renta de cimbra, me contacto con una constructora llamada CAO que comenzaba un fraccionamiento dentro de la ciudad, ya que mi cliente no disponía de la cantidad de cimbra suficiente requerida por la constructora, realizándome un pedido mayor al volumen con el cual contaba, lo cual me hizo adquirir más material para abastecer el pedido de la constructora y la hizo convertirse en mi principal cliente.

Es en enero de 2011 que la constructora CAO concluye con la primera etapa del desarrollo del fraccionamiento. Había rentado a la constructora 5000 metros cuadrados de cimbra, la cimbra se constituye de tarimas, vigas y puntales; de los cuales estaba recogiendo lo equivalente a 1200 metros cuadrados, el resto de la madera fue cortada, quebrada, quemada; en otras palabras, eran mermas.

No obstante al buen precio obtenido por la renta de la cimbra, mis márgenes de utilidades habían disminuido considerablemente, porque la madera recogida no era en cantidad la misma que se había entregado al cliente y se encontraba en mal estado, debía considerarse la inversión de tiempo y dinero para reparar lo poco que aun servía.

Dicho factor no había sido considerado de mi parte, por lo tanto no estaba contemplado en el trato con la constructora, ni en la existencia de un contrato que me permitiera exigir una indemnización; toda la madera no recuperada se convirtió en pérdida. Toda esta experiencia me hizo aprender y ser cauteloso en las transacciones futuras.

Para 2011, después de reparar y rentar la madera que aún quedaba, la cual era poco menos de 800 metros cuadrados, las transacciones de venta y renta se vieron disminuidas con la llegada de las lluvias invernales o cabañuelas.

Por esas fechas varios clientes empezaron a preguntarme por los precios del cemento y varilla, debido a que me relacionaban con el negocio familiar, aunque en la práctica yo no vendía material para la construcción. Así que un día de febrero sin contar con más cimbra para rentar, decidí intentar vender cemento al último cliente a quien le había rentado.

Consulté con el proveedor de clavo el precio del cemento, le adicioné 10 pesos al costo de cada bulto, una tonelada de cemento son 20 bultos, me había pedido 10 toneladas, así que tendría una utilidad de 2000 pesos en la venta. Utilicé a mi proveedor para entregar el material e incluso le hice el pago al momento de la entrega; de esa manera no invertí mayores recursos, utilicé infraestructura ajena y realicé el proceso de compra y reventa: comercio básico.

En ese momento yo rentaba el metro de cimbra en 25 pesos y para tener una utilidad de 2000 pesos tenía que rentar 100 metros de cimbra, rentar esa cantidad me llevaba 1 día para entregar otro para recoger la madera y otro para repararla y limpiarla, en total 3 días dependiendo las condiciones de la madera y el lugar de entrega, podría aumentar a 4 o 5 días. Me di cuenta con el proceso mencionado que había generado la misma cantidad de dinero invirtiendo una hora de mi tiempo y sin esfuerzo; lo cual me animó a tomar la decisión de comercializar cemento. Es así

como empecé a ofrecer el cemento y la varilla en cada obra en la que rentaba cimbra, mi oferta se había extendido a dos productos más.

Tan solo dos meses después, en marzo renté una construcción más grande que la casa donde almacenaba la madera, con 2 locales y una cochera al frente, oficinas al centro de la propiedad y bodega por la parte de atrás con accesos por ambas calles, ubicada en una avenida muy transitada todo por 4000 pesos al mes, con la intención de poner en los locales la venta del material para construcción, tener oficinas para la administración montar el taller de reparación de tarimas y almacén para la cimbra en la bodega trasera, todo en un mismo lugar. Por primera vez se abría en un lugar en forma para la tienda de materiales.

Al siguiente mes mi cliente principal: la constructora CAO, inició la segunda etapa del fraccionamiento y me contactó para surtir la obra de cimbra, en esta ocasión habiendo aprendido de los errores de la experiencia anterior, tomé precauciones manifestando a los dueños de la constructora las recientes políticas sobre la renta de la cimbra y establecer la importancia de hacer un contrato por escrito donde se pactaron las condiciones de entrega-devolución de la madera tanto por mi parte como proveedor y de la constructora como cliente, así como los precios por pieza dañada o extraviada (faltantes o mermas).

A mediados de ese año dicha constructora, me contactó para un nuevo proyecto en la ciudad de Lázaro Cárdenas que consistía en un solo edificio, 2 plantas 20m de frente por 30 metros de largo (total 600 metros), a ejecutarse en 3 meses iniciando en agosto y concluyendo en octubre.

Es en agosto que empiezo la entrega del proyecto en la ciudad portuaria nombrado por la constructora como CAO-RPMEDINA y un mes después se extiende la obra de 600 mts. a 800 mts. y debo abastecer complementos e incluso más tarde 38 módulos

de andamios. La obra que en un inicio era de 20 metros por 30 metros se expande a 20 por 40 y tarda más en concluir.

La constructora Hersa comienza un proyecto de ampliación del hospital Fray Juan de San Miguel y me registra como proveedor y les vendo material para construcción; incluso al año siguiente me pidieron material para la ampliación de otro hospital y debido a sus exigencias de otros tipos de materiales amplíé la cartera de productos de la marca Pegaduro, apoyándome con Materiales Caballero como proveedor.

## **1.6 LA CONFORMACIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO**

La situación laboral en la ciudad de Uruapan es singular por la vocación agrícola de la región basada en la producción de aguacate, café y bayas que han generado bonanza económica para la ciudad favoreciendo una diversificación de oferta laboral donde la dinámica de trabajo vuelve inconstante la permanencia laboral y encarece la mano de obra a diferencia de la capital michoacana.

Esto dificulta a las pymes encontrar personal ya que la mayoría se lo lleva las empresas e industrias más grandes que ofrecen mayores beneficios económicos como el reparto de utilidades y otros incentivos, encareciendo la mano de obra, y haciendo casi imposible encontrar mano de obra calificada, (local).

### **1.6.1 EL EQUIPO INICIAL**

En 2011 amplíé la plantilla de trabajo al contratar a dos compañeros de estudios: un mercadólogo, con experiencia en ventas en el ramo de ferreterías adquirida por haber trabajado en la ferretería más grande e importante de la ciudad y experiencia laboral en Ghana para Hilti, una empresa internacional de ferreterías originaria de

Liechtenstein; con bastante conocimiento en marcas nacionales de herramientas y materiales para construcción; así como una vasta preparación en relaciones públicas.

Aproveché su conocimiento en relaciones públicas para llevar a cabo el cierre del contrato con la constructora de manera amistosa y con términos favorables hacia la empresa. Mi objetivo al elegirlo fue acelerar el proceso en el cierre de negocio puesto que había identificado en la reunión previa con los directivos de la constructora cierta inconformidad por las nuevas políticas de renta y demoraban en resolver, mi estrategia para solucionarlo fue enviarlo a realizar trabajo de persuasión y llevar a buen término la negociación.

Personalmente tenía poca experiencia y conocimiento en la venta de material para construcción y ferretería, mi nuevo mercadólogo había trabajado los últimos cuatro años en ferreterías y utilizaría su experiencia para impulsar la nueva actividad en venta de material para construcción.

El segundo miembro del equipo era una contadora pública con experiencia en la construcción ya que sus hermanos eran arquitectos e ingenieros civiles con una constructora llamada Hersa y los veía como posibles clientes potenciales; que a la fecha han llegado a ser de los mejores.

La contadora elaboró el contrato para la constructora CAO, considerando aspectos específicos de precios y condiciones. También apoyó en la gestión de licencias municipales para la empresa, seguros de los trabajadores, así como procesos administrativos y contables.

### **1.6.2 EL PERSONAL ACTUAL**

A la fecha el equipo de trabajo de Materiales Purépecha está conformado por cinco personas: Jorge Caballero Guillen, Francisco Esquivel, Monserrat Mendoza, Jesús Polanco y Alejandro Luna. No existe algún tipo de jerarquía únicamente con responsabilidades y actividades específicas diferentes. Cuando algún miembro del equipo no asiste o se encuentra ocupado, interviene otro para auxiliar en las labores y sacarlas adelante sin causar retrasos en el pedido o actividades, así mismo como equipo tenemos la confianza de expresar las áreas de oportunidad que enfrentamos y aportamos soluciones para resolverlo.

Los puestos de trabajo son los siguientes:

1. Administrador
2. Ventas Y Cobranza
3. Auxiliar Administrativo
4. Bodeguero
5. Repartidor

#### ADMINISTRADOR

El administrador dirige los recursos y esfuerzos de la empresa para optimizar los resultados de esta. En otras palabras, hace más con menos. A través de los años se han planteado diversas definiciones de lo que es administración algunas de ellas son:

Henry Fayol vio la administración a través del ejercicio del control, mientras Tom Peters la visualizó como «hacer». Michael Porter en cambio la ha equiparado con pensar, específicamente analizar. Warren Bennis la ha descrito como liderar, al tiempo que Herbert Simon la ve como tomar decisiones, con lo cual ha estado de acuerdo la Harvard Business Review que ha dicho en su portada, durante años, que es «La revista de los tomadores de decisiones».

De manera particular pienso que, Administrar no es ninguna de estas cosas sino todas ellas, es controlar y hacer, es manejar y pensar, es liderar y decidir y muchas más, no agregadas sino mezcladas. Si se quita alguna de estas actividades no se tiene completa la labor del administrador.

En la Empresa Materiales Purépecha, las funciones específicas del administrador son:

1.- Atención a Proveedores:

- Cotizaciones
- Pedidos
- Compras
- Pagos

2.- Atención a clientes específicos que lo solicitan

- Cotización
- Pedidos
- Ventas
- Cobros

3.- Revisa cortes de caja:

- Ventas
- Créditos
- Cobranza
- Gastos
- Pagos

4.- Revisa la hora de entrada y salida de los empleados, llevando registro de:

- Retardos
- Horas extras
- Faltas justificadas e injustificadas.

5.-Supervisa la presentación de los empleados:

- Pelo corto y peinado en hombres
- Pelo recogido y peinado en mujeres
- Presentarse con uniforme limpio y planchado
- Hombres rasurados

6.-Supervisa cada área de la empresa. Bodega, tienda, oficina y equipo de reparto.

- Limpieza
- Orden
- Necesidades
- Eficiencia

#### VENTAS Y COBRANZA

Este Puesto tiene dos funciones distintas cubiertas por una misma persona, debido a los factores de falta de personal y pocas líneas de crédito autorizadas (que disminuyen considerablemente la necesidad de cobranza).

##### Ventas

Esta función es muy amplia y compleja, además de requerir de apoyo por parte del administrador para desarrollar estrategias de ventas y la aprobación de promociones, ya sea en venta de paquetes de distintos productos que integren un descuento a los productos en comparación de la venta individual, o descuentos directos en productos de forma individual.

##### Cobranza

Cabe mencionar que esta función se limita al cobro de notas o facturas a crédito, con clientes que tengan autorizado previamente a la venta una línea de crédito. Autorización que emite el administrador, función exclusiva de este.

En Materiales Purépecha el trabajo que desempeña la persona encargada de ventas y cobranza es:

- Prospeccionar clientes nuevos
- Desarrollar estrategias de ventas
- Publicidad y medios
- Comercio electrónico
- Estrategia mercantil dentro y fuera de las instalaciones
- Relaciones públicas
- Cobranza con la mayoría de los clientes
- Contabilidad y funciones anexas
- Depósitos bancarios, cambio de cheques y retiros
- Ventas a dependencias de gobierno

#### AUXILIAR ADMINISTRATIVO

La persona encargada mantiene la tienda día a día limpia y en orden haciendo lo siguiente:

- Poniendo precio a cada uno de los productos
- Levantando pedidos mediante las líneas telefónicas
- Haciendo notas, remisiones y facturas en general
- Revisando y enlistando el material faltante de la tienda
- Obteniendo la utilidad diaria de las ventas.

#### BODEGUERO

- Esta persona es responsable de mantener limpia y ordenada el almacén donde se encuentra algunos productos en polvo, PVC y acero, así como:
- Poner en orden el inventario
- Carga al repartidor para poder tener un mejor control
- Mantiene parte de la empresa limpia (barre la cochera, patio, podar el pasto y barre la calle) cuando no se tiene nada que hacer.
- Colabora en la limpieza dentro de la tienda
- Recepción de mercancía a los proveedores (cuenta y revisa la mercancía que venga en buen estado)

## REPARTIDOR

Las funciones del repartidor en Materiales Purépecha son:

- Lleva al domicilio solicitado por el cliente la mercancía comprada
- apoyar con la limpieza de bodega, patio de carga y el área de exhibición
- mantener limpia su unidad de trabajo
- cargar la camioneta cuando el bodeguero no se encuentra.

La responsabilidad del repartidor es entregar en tiempo y forma el material que sale de la tienda a los clientes dentro de su obra. El repartidor es responsable de la mercancía que lleva a repartir, desde el momento que se carga en el vehículo de reparto y acredita la totalidad de la mercancía descrita en la factura en conformidad con el bodeguero; hasta la firma de conformidad y recibido por parte del cliente (que haya recibido la totalidad de la mercancía descrita en la factura y en buenas condiciones).

Esto implica asegurar bien la carga, para su traslado, usando bandas de seguridad y lazos. Utilizar señalamientos de prevención en caso de trasladar mercancía que rebase las dimensiones del vehículo. Acomodar la mercancía en forma que favorezca su traslado y seguridad, para evitar dañarla al momento de amarrarla con lazos o utilizar bandas, (ejemplo el amarre sobre el casetón o, la varilla sobre los bultos). También es responsable del vehículo que utiliza para repartir y el uso que le dé a este.

### **1.7 ENTORNO LABORAL**

Se promueve un ambiente sano de trabajo donde se fortalece una convivencia respetuosa y de colaboración donde se viven los valores organizacionales.

Como parte de las prestaciones a los trabajadores se les otorga:

- El día del cumpleaños se festeja al trabajador con un pastel y se le da la tarde libre para su esparcimiento.

- La tarde libre para la convivencia familiar con el conyugue o hijos que celebra su cumpleaños.
- Derecho a acudir a actividades escolares que requieren la presencia familiar, de manera que una vez terminada regresan a finiquitar sus labores a la empresa.
- Permisos para días especiales para actividades familiares como el día del padre o a madre.
- Convivencia en una posada organizada y costeada por la empresa para los empleados el 24 de diciembre.
- Realización de una posada para la comunidad a la que acuden trabajadores con familia, así como lo vecinos de la calle del negocio.
- Participación en las utilidades.

## **1.8 REGLAMENTO INTERNO DE MATERIALES PURÉPECHA**

### **1.HORARIO**

- o Hora de entrada 8:00 am
- o Hora de comida de 2:00 pm a las 3:00 pm
- o Hora de salida 5:00 pm

La jornada de trabajo aludida anteriormente deberá ser prestada de forma eficiente por los trabajadores, evitando cualquier pérdida de tiempo.

La falta de cumplimiento de la obligación de checar entrada y salida que aquí se establece, hará que se tenga como inasistencia para todos los efectos tanto de no pago como de sanciones adicionales establecidas en este reglamento.

Para el disfrute de las vacaciones del personal se computarán únicamente días laborales, es decir, los que no estén incluidos en el descanso semanal, ni los días de descanso obligatorio señalados en la "Ley" y deberán ser solicitadas por lo menos con 15 días de anticipación.

Los trabajadores están obligados a solicitar los permisos para faltar a sus labores al "patrón" directamente por lo menos con 8 días de anticipación.

## 2. HIGIENE PERSONAL

- o Presentarse con el uniforme limpio y planchado, calzado limpio y lustrado.
- o Hombres: pelo corto y peinado, limpios de bello facial (rasurados)
- o Mujeres: pelo recogido o peinado (no pelo suelto)
- o No usar gorra o sombrero, lentes oscuros, la cara debe estar visible. (excepto equipo de reparto y bodega).
- o Deben estar aseados pelo, cuerpo y boca.
- o No se permite tatuajes, piercing y en hombres aretes.

## 3. LIMPIEZA

Mantener limpio y ordenado tu área de trabajo, así como tu herramienta de trabajo.

## 4. RESPETO

- o Mantener una relación fraternal y armónica con los compañeros de trabajo, cuidando nuestro vocabulario, evitando los insultos, groserías o malas palabras.
- o Prohibido los sobrenombres o sufijos.
- o Prohibido tomar objetos ajenos o de la empresa
- o Respetar el área de trabajo, herramientas y el trabajo de los compañeros.

## **SANCIONES:**

Motivo de despido:

1. 3 faltas sin justificante médico
2. Por faltar al respeto a sus compañeros de trabajo o algún cliente.
3. Al ser sorprendido que roba a la empresa
4. Al tener 3 reportes

Motivo de reporte:

3 llamadas de atención ameritan un reporte

Motivo de llamada de atención:

1. Incurrir en el mismo error técnico, administrativo o laboral por 2ª ocasión
2. retardo a la hora de entrada
3. Presentarse con mala imagen:

- Uniforme sucio
- Uniforme arrugado
- Zapatos sucios
- Uñas largas
- Pelo largo
- Mala higiene bucal
- Despeinado
- Mal olor

### **OBLIGACIONES ESPECIALES.**

De conformidad con lo señalado en el artículo 134 de la "Ley" el personal tendrá de manera específica las siguientes obligaciones:

- a) Apegarse estrictamente a todas las disposiciones de este "reglamento".
- b) Realizar su trabajo con eficiencia y cuidado.
- c) No distraer a sus compañeros con conversaciones o actos ajenos a su labor.
- d) No separarse de sus áreas de trabajo derivados del proceso de trabajo.
- e) Ser disciplinado y conservar buena conducta en el desempeño de sus labores cuidando de su presentación y buenas costumbres en general.
- f) Prestar auxilio inmediato cuando peligren sus compañeros de trabajo, clientes, público en general, o los intereses de la "Empresa".
- g) Guardar la más estricta discreción sobre los asuntos de la "Empresa".
- h) Usar los sanitarios para el fin específico.
- i) Usar las máquinas y herramientas propiedad de la "Empresa" en la forma que esta señale.
- j) Reportar a la Dirección de la "Empresa" los desperfectos e irregularidades que noten en la maquinaria o en sus instalaciones.
- k) Cooperar plenamente en los casos que la "Empresa" lleve a cabo una investigación para aclarar asuntos de trabajo.
- l) Deberán acudir al trabajo con uniforme proporcionado por la empresa en caso de no hacerlo, se podrá ser merecedor a un reporte.

- m) Presentarse a trabajar en el horario señalado y debidamente aseado, así como cuidar su aspecto personal.
- n) Queda estrictamente prohibido el uso de los teléfonos celulares personales.
- o) No generar tiempos muertos dentro de la jornada de trabajo, apegándose a las funciones de los diferentes puestos.
- p) Disponibilidad de horario
- q) Asistir a capacitaciones requeridas por la empresa
- r) No está permitido tener en los exhibidores bolsas u objetos personales.

### **PROHIBICIONES**

Queda estrictamente prohibido al personal de la "Empresa":

- a) Portar armas de cualquier clase dentro de la "Empresa".
- b) Intervenir sin autorización expresa del jefe en el arreglo de motores, bandas, maquinaria, etc., o hacer reparaciones sin conocimiento de causa, que sean peligrosas o innecesarias.
- c) Realizar el trabajo teniendo puesto anillos, pulseras, collares, aretes o cualquier otro objeto que puede originar un accidente.
- d) Ejecutar cualquier acto que ponga en peligro su seguridad o la de los demás que pueda dañar mobiliario y equipo en general propiedad de la empresa.
- e) Suspender sus labores o abandonarlas sin previo aviso.
- f) Presentarse en estado de embriaguez en estado inconveniente o bajo la influencia de algún narcótico o droga enervante, así como introducirlos en la "Empresa".
- g) Obstaculizar o entorpecer las labores productivas en la empresa.
- h) Comunicar a personas ajenas a la empresa informes sobre asuntos o negocios de esta.
- i) Sacar de la empresa documentos útiles, herramientas u objetos pertenecientes a la misma o que estén bajo su cuidado o custodia.
- j) Introducir a la empresa objetos ajenos a la misma.

- k) Realizar labores distintas o ajenas a la empresa en el interior de esta o durante la jornada normal de trabajo.
- l) Permanecer fuera de su área de trabajo o de la empresa en horas de labores.
- m) Formar grupos que no tengan objetos propios del trabajo, en sanitarios, pasillos, oficinas o lugares de trabajo en horas de labor.
- n) Alterar o modificar registros de control propios a la "Empresa".
- o) Fumar dentro de la empresa o de los vehículos de la empresa.
- p) Realizar actos contra la moral y buenas costumbres.
- q) Dormirse en horas de trabajo.
- r) Todos aquellos actos que impliquen una prohibición derivada de alguna disposición legal, contractual o reglamentaria.
- s) No utilizar teléfonos celulares (particulares).
- t) No tener alimentos en el área de trabajo.

## **1.9 FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL**

Materiales Purhepecha es una empresa que se motiva día a día a construir los sueños de las familias, ver una transformación y no solo una construcción; además de vender un producto nos satisface promover la experiencia de transformar y mejorar nuestro entorno, por ello creemos en motivar a cada empleado para que contribuya con sus ideas y experiencias en el servicio a clientes y nos esforzamos en tratar a los clientes como únicos y en honrar su decisión de elegirnos proveedores.

### **NUESTRA ESENCIA**

Como creencia fundamental es comprender y aprovechar las fortalezas únicas del individuo para proveer una experiencia extraordinaria a los clientes y empleados.

## **MISIÓN**

Poner nuestro grano de arena y formar parte de crear un mejor mañana apoyando a nuestros clientes en la innovación y transformación de sus proyectos.

## **VISIÓN**

Consolidarnos como una empresa proveedora de materiales y ferretería líder y reconocida a nivel local que contengan los más altos estándares de calidad a un precio justo.

## **VALORES**

- Constancia: damos seguimiento a nuestras actividades diarias, proyectos y compromisos, aun y cuando el encargado a realizarlo esté ausente.
- Disciplina: mantener nuestro comportamiento a la altura de cada circunstancia y orden dentro de nuestras instalaciones.
- Congruencia: decimos lo que hacemos y hacemos lo que decimos
- Honestidad: manejamos con integridad y transparencia todas nuestras relaciones
- Respeto: Mostrar respeto, humildad e integridad a nuestros clientes, proveedores y colaboradores
- Pasión: Disfrutar lo que hacemos mientras servimos

## **NUESTRA FILOSOFÍA**

Materiales Purhepecha todos los días abre sus puertas con el entusiasmo y la motivación de contribuir en la construcción de un patrimonio y hacer realidad los sueños de las familias para que tengan un nuevo futuro. La empresa no busca

vender un producto por el hecho de ser un distribuidor la marca, vendemos por el hecho de que creemos en innovación y la transformación.

Contamos con 9 años de experiencia en el ramo ferretero y de materiales para la construcción. A lo largo de este tiempo hemos creado sólidas alianzas con clientes y proveedores lo cual nos permite ofrecer precios competitivos, un excelente servicio, rapidez en la entrega y flexibilidad para ajustarnos a sus necesidades.

La tienda cuenta con un extenso surtido de materiales especializados en los ramos de la construcción, mecánica, jardinería, plomería, carpintería y electricidad siempre respaldados con garantía, en todos los artículos que comercializamos. Ofrecemos una variedad de soluciones al contar con productos en diferentes líneas y marcas para distintos perfiles y presupuestos de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes.

## **1.10 ANÁLISIS FODA**

### **FORTALEZAS**

1. Variedad de productos
2. Cuidada atención y buen servicio al cliente
3. Instalaciones adecuadas
4. Tiempos de entrega inmediata
5. Experiencia y conocimiento en el campo
6. Precios competitivos
7. Asesoramiento al cliente
8. Seguimiento personalizado al cliente
9. Adecuada publicidad y promoción

## **DEBILIDADES**

1. Se cuenta con una sola sucursal
2. Alta rotación del personal que evita generar vínculos de confianza
3. Ubicación no favorable

## **OPORTUNIDADES**

1. Acceso a nuevas tecnologías
2. Buen posicionamiento en ramo del mercado
3. Alto Crecimiento y penetración de mercado
4. Desarrollo de productos como marca propia
5. Facilidad y acceso a Préstamos bancarios
6. Alto potencial con el crecimiento en nuevas construcciones residenciales y casa-habitación

## **AMENAZAS**

1. Inseguridad
2. Competencia desleal
3. Continua Inflación en los precios
4. Cambio en las necesidades y gustos de los consumidores
5. Situación de riesgo e inestabilidad económica del país
6. Multinacionales con mayor inversión e infraestructura

## **CAPÍTULO 2 LOS PRODUCTOS Y ACTIVIDADES DEL NEGOCIO**

### **2.1 LA EXPANSIÓN DE PRODUCTOS**

En mayo del 2011 decido llamar formalmente a mi empresa “Comercializadora Purépecha”, nombre elegido en conjunto con los compañeros de trabajo. Inicié actividades de “Comercializadora Purépecha” al surtir la segunda etapa de construcción del fraccionamiento Recinto San Pedro, con mayores formalidades administrativas. Un mes más tarde incluso hice la adquisición de una camioneta pick-up Toyota modelo 1986 para aumentar el equipo de reparto.

Mi relación con la constructora CAO empezó a crecer junto con sus obras como la lograda para construir más oficinas dentro del recinto portuario en Lázaro, pero por compromisos familiares accedí a trabajar en uno de los dos proyectos que me habían ofrecido, proponiéndome incluso flexibilidad en el tiempo de las entregas y apoyo en la reparación de la madera en otro proyecto en Uruapan. Dicho año mis productos y operaciones comerciales crecieron de la mano con la constructora CAO, al haberme hecho uno de sus proveedores principales y requerir productos adicionales, diversifiqué mi cartera de productos incluyendo los siguientes:

- Cemento blanco
- Mortero
- Marmolina del #1 y #2
- Cal Perla
- Yeso

Amplíé la gama de los artículos de acero al agregar a la varilla de  $\frac{3}{8}$ , que era el único que ofrecía, en medidas de  $\frac{1}{2}$ ,  $\frac{3}{4}$  y  $\frac{5}{8}$  así como el alambre recocado, anillos de medida estándar y clavo; productos que empiezo a comercializar. Incluso en este proceso de ampliación logré conseguir un proveedor de acero local con el precio de la tonelada de varilla más económico.

## 2.2 OFERTA DE PRODUCTOS ACTUALES

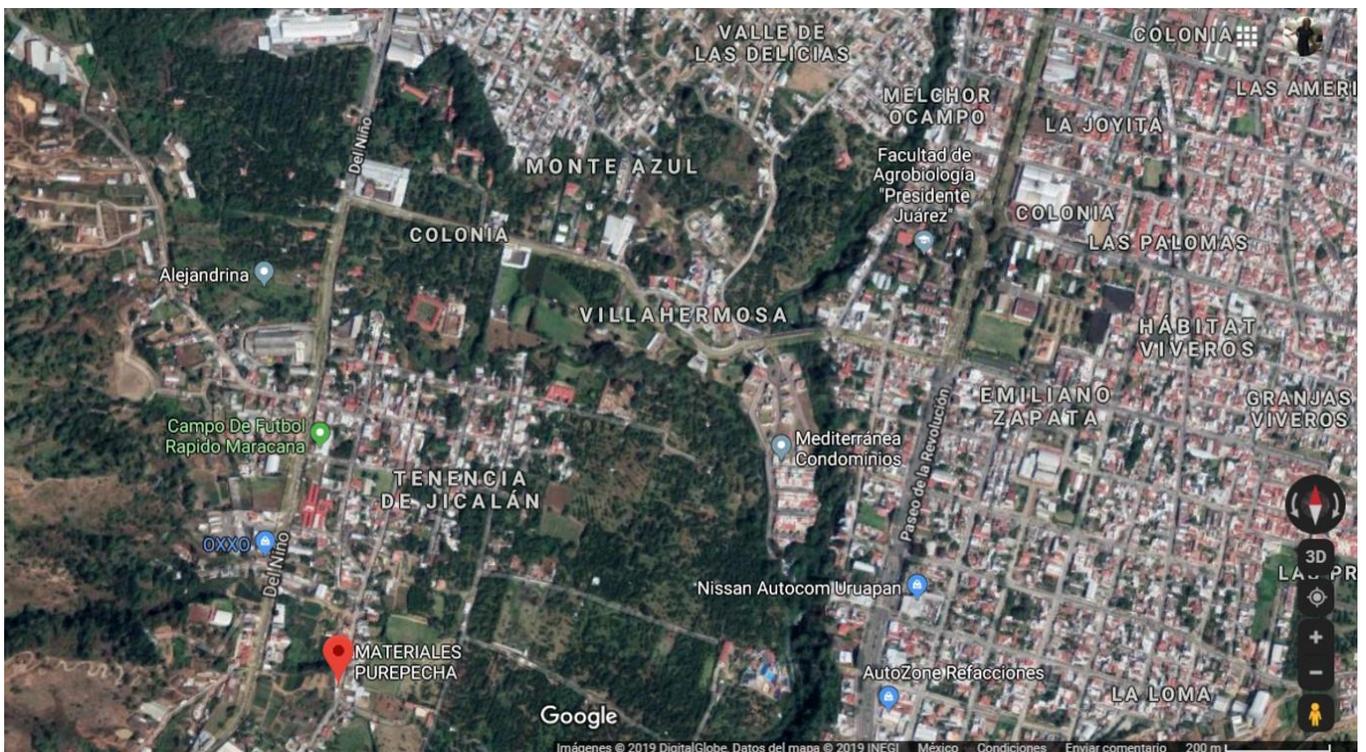
Materiales Purépecha es una empresa que se dedica a la venta de materiales para la construcción y ferretería, dos gamas de productos muy extensas, que a continuación enlistaremos, clasificaremos y describiremos.



Nuestra empresa está dividida en tres áreas de almacenamiento distintas que son: bodega, patio de carga y el área de exhibición en cada una de ellas están distribuidos nuestros distintos productos de acuerdo con su naturaleza, ya que cada producto tiene características particulares que requieren cuidados especiales, ya sea para el almacenamiento, la maniobra o para la venta y promoción.

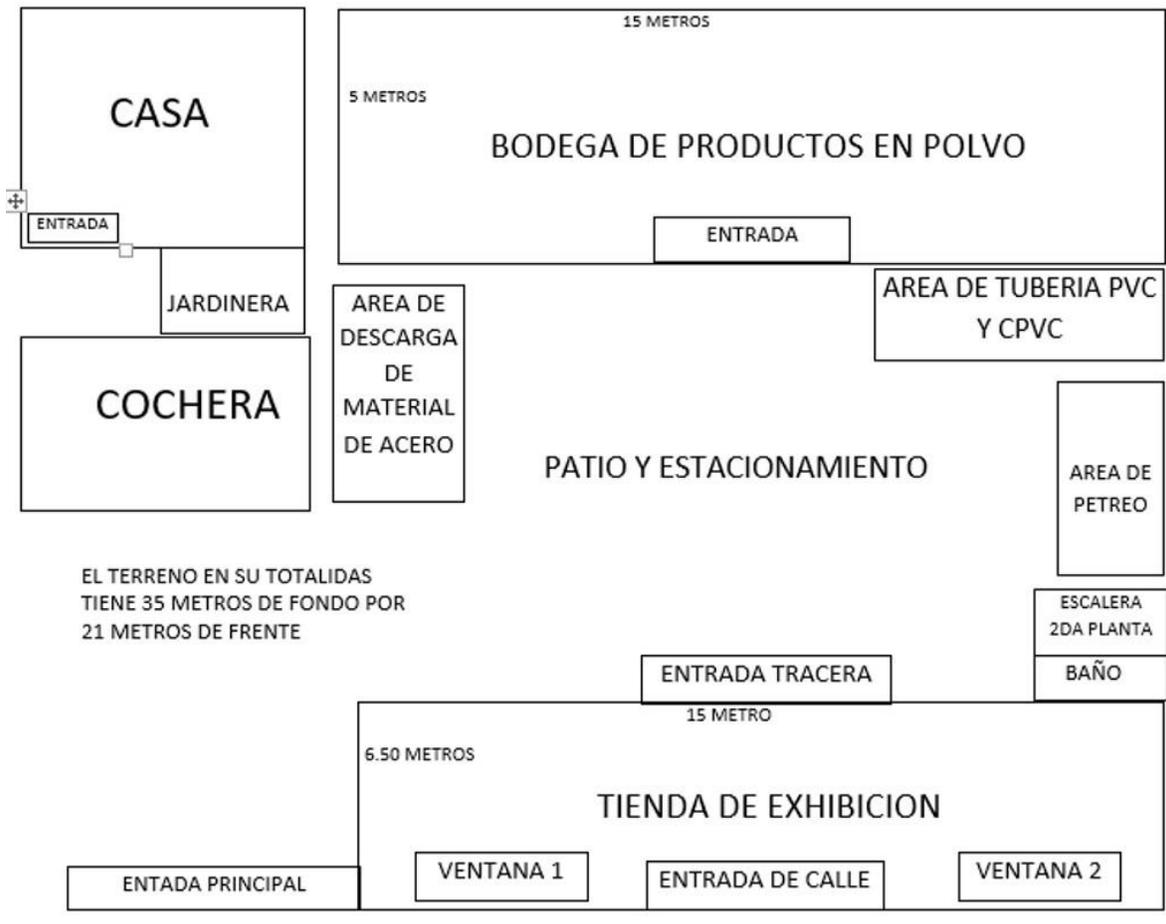
Con los conocimientos que hemos adquirido a través de la experiencia y la práctica desarrollamos la manera más eficiente de almacenar nuestra mercancía para la maniobra y promoción de esta, maximizando los recursos con los que contamos tanto en espacio como infraestructura.

Respecto a la forma de comercialización la clasificación que se maneja es como revendedores, distribuidores y sub-distribuidores.





## Croquis



Para enlistar los productos que comercializamos, los clasificaremos primero en familias de productos:

### **2.3 BODEGA**

Las familias de productos que tenemos en el área de bodega son polvos (envasados), acero y tubería.



#### **2.3.1 POLVOS**

Para nuestros productos en polvos contamos marcas distintas en cada uno de ellos.

CEMEX

- Cemento gris
- Cemento blanco
- Mortero
- Impercem



Somos revendedores de ésta marca, no contamos con la distribución debido a las políticas territoriales que tiene el fabricante y nos abastece un proveedor local y representa el 17% de nuestras ventas. vendemos por bulto cada producto de esta marca y obtenemos un 10% de utilidad de toda la marca (utilidad estimada antes de impuestos y sin considerar descuentos o comisiones)

#### PEGADURO

- Texturizado Blanco y de colores
- Pegapiso
- Pegazulejo
- Junteador con arena y sin arena
- Vitroduro
- Impermeabilizante en polvo
- Pegacril



Somos revendedores de esta marca, no contamos con la distribución debido a las políticas territoriales que tiene el fabricante y nos abastece un proveedor local y representa el 9% de nuestras ventas. vendemos por bulto o cubeta cada producto de esta marca y obtenemos un 10% de utilidad de toda la marca (utilidad estimada antes de impuestos y sin considerar descuentos o comisiones)

## UNIBASICO

- Yeso



Somos revendedores de esta marca, no contamos con la distribución debido a las políticas territoriales que tiene el fabricante y nos abastece un proveedor local y representa el 3% de nuestras ventas. vendemos por bulto cada producto de esta marca y obtenemos un 15% de utilidad de toda la marca (utilidad estimada antes de impuestos y sin considerar descuentos o comisiones)

## PERLA

- Cal
- Cal Agrícola



Somos revendedores de esta marca, no contamos con la distribución debido a las políticas territoriales que tiene el fabricante y nos abastece un proveedor local y representa el 5% de nuestras ventas. vendemos por bulto cada producto de esta marca y obtenemos un 15% de utilidad de toda la marca (utilidad estimada antes de impuestos y sin considerar descuentos o comisiones)

## MARMOLINA

- Marmolina del tipo 1
- Marmolina del tipo 2



Somos revendedores de esta marca ya que no contamos con la distribución directamente de esta marca y representa un 3% de nuestras

ventas. Se vende por bulto y nos genera una utilidad del 20% (sin considerar impuestos, descuentos o comisiones).

### **2.3.2 ACERO**

En los productos de acero ofrecemos son de la marca SICARTSA

- Clavos en medidas de 2", 2 1/2" y 3"
  - Estándar
  - para concreto
- varilla en medidas de 1/2, 3/8, 3/4, 5/8, y 1"
- Alambre recocido
- Alambrón
- Anillos o Estribos
  - Medidas estándar, 10x17, 10x20, 10x25, 20x20
  - Medidas especiales
- Armex en medidas 10 x10, 10x15, 10x20 y 10x25
- Malla electrosoldada 6-6-10-10



Somos subdistribuidores de esta marca y representa un 15% en nuestras ventas, se vende por pieza o tonelada y la utilidad que genera es de un 10% en la varilla y el resto de productos 25% (sin contemplar descuentos, impuestos o comisiones)

### **2.3.3 TUBERÍA**

- Tubos de cpvc de 1/2 , 3/4 y 1"
- Tubos PVC en medida de 6", 4", 3" y 2"
- Sonotubos en medidas de 20, 25, 30

Somos subdistribuidores de esta marca y representa un 8% en nuestras ventas, se vende por pieza o tonelada y la utilidad que genera es de un 40% a un 60% dependiendo de la medida (sin contemplar descuentos, impuestos o comisiones).

## **2.4 PATIO DE CARGA**

En nuestra área de patio contamos con los productos en pétreo y prefabricados como son:



### **2.4.1 PÉTREO**

Las cuales son por metro, viajes e incluso por botes.

- Arena

- grava arena
- grava triturada

Somos distribuidores de esta marca y representa un 7% en nuestras ventas, se vende por metro o por viaje y la utilidad que genera es de un 100% (sin contemplar descuentos, impuestos o comisiones.)

### **2.4.2 PREFABRICADOS**

Entre nuestros prefabricados, ofrecemos productos como:

- Tabimax
- Tabicón



Somos distribuidores de esta marca y representa un 3% en nuestras ventas, se vende por piezas y la utilidad que genera es de un 10% (sin contemplar descuentos, impuestos o comisiones.)

## 2.5 ÁREA DE EXHIBICIÓN

En nuestra área de exhibición contamos con una gran gama de productos de la marca Truper.



Truper es una marca que cuenta con un catálogo que ofrece más de 8000 productos los cuales están en constante renovación, sin embargo es importante mencionar que no contamos con toda la línea de productos que ofrece Truper dentro de nuestra sala de exhibición; así como el que somos distribuidores de esta marca, esto nos da una ventaja competitiva en precio y garantía, ya que nos respalda la empresa en reponer los productos defectuosos, alineándonos a las políticas de garantía de la empresa Truper no las nuestras.



Truper cuenta con algunas marcas las cuales cada una de ellas enfocada a diversas necesidades, sus marcas son:



Nace con el objetivo de satisfacer las necesidades de productos electrónicos para el mercado ferretero, algunos de los productos que ofrece esta marca son:

- |                      |              |           |                         |
|----------------------|--------------|-----------|-------------------------|
| *Faroles suspendidos | *Reflectores | *Lámparas | *Abrazaderas para tubo  |
| *Arbotantes solares  | *Chalupas    | *Cinchos  | *Cables coaxiales       |
| *Centros de carga    | *Clavijas    | *Codulets | *Atenuador de luz       |
| *Coples para tubo    | *Contactos   | *Fusibles | *Extensiones eléctricas |
| *Luminarios de LED   | *Mufas       | *Pilas    | *Multicontactos         |



Marca enfocada a productos para grifería con sus 5 líneas que cubren todas las necesidades, surge como una alternativa para el segmento de plomería buscando ofrecer una solución integral para todas las necesidades de los profesionales en este segmento algunos de los productos que ofrece son:

- |                            |              |                         |
|----------------------------|--------------|-------------------------|
| *Accesorios para regaderas | *Mezcladoras | *Accesorios para W.C.   |
| *Asientos para W.C.        | *Canastillas | *Casquillos para céspol |
| *Cementos para PVC         | *Cespoles    | *Cementos para cpvc     |
| *Codos para gas            | *Manerales   | *Conexiones de CPVC     |
| *Regulador de gas          | *Regaderas   | *Tees rosca de PP-R     |



Marca diseñada para productos de acero para la industria ferretera, las categorías que integran esta marca son:

- \*abrazaderas
- \*Acopladores y bolas de arrastre
- \*Cuerdas y rafias
- \*clavos
- \*Cables de acero y cadenas
- \*Diablos de carga
- \*mallas y toldos
- \*Rejas y alambres
- \*Tornillería y tachuelas



Dedicada a la comercialización de productos de cerrajería con la mas alta calidad y diseño, a su vez cuenta con hermex basic la cual es una línea alternativa de productos de cerrajería con una relación precio-calidad muy competitiva.

Sus productos que ofrece son:

- \*Bisagras
- \*Candados
- \*Cerraduras de barra
- \*Cerraduras de manija
- \*Cerrojos
- \*Accesorios para closet
- \*Cerraduras de sobreponer



Esta marca es una alternativa para todo tipo de herramientas esta diseñada para uso ligero y labores del hogar.



Marca especializada en productos de limpieza.

- \*Toallas de microfibra
- \*Trapeadores
- \*Estopas
- \*Escobas
- \*Absorbedor de humedad
- \*Cepillos
- \*Franelas
- \*Recogedores

Somos distribuidores de esta marca, representa el 30% de nuestras ventas. Nos genera de un 20% a un 40% de utilidad dependiendo el producto.

## **CAPITULO 3 SITUACION DEL MERCADO**

Para analizar la situación del mercado, es necesario considerar las partes involucradas en las actividades diarias de la empresa que son: clientes, proveedores y competencia. Ya que cualquiera de los involucrados afecta o beneficia, con su ausencia o fuerza, directamente el mercado y a su vez a la empresa. Incluso es importante visualizar el panorama económico de la región para identificar posibles, amenazas a futuro u oportunidades de negocios (nuevos nichos de mercado por atender).

Conforme a un estudio realizado por la Secretaria de Economía (año 2017), la economía michoacana está conformada principalmente por los sectores comercial, siderúrgico, agrícola y pesquero. La participación de cada uno de estos en el Producto Interno Bruto estatal es del 42% para servicios sociales, comunales, hotelería y comercio; 15% para servicios financieros e inmobiliarios; 14% industria manufacturera, especialmente industria metálica básica y 11% agropecuaria y pesca.

Los sectores agropecuario y pesquero contribuyen en un 11% al PIB estatal, y ocupan al 37% de la Población Económicamente Activa. Entre los principales cultivos de la zona y en los cuales Michoacán es líder productor en México están, el aguacate hass, zarzamora, guayaba y fresa. Algunos más de los 150 productos agrícolas también producidos en suelo michoacano son, el trigo grano, sorgo forrajero verde, limón agrio, jitomate, cebolla y sorgo grano. Cabe mencionar que el 43% del suelo es de uso ganadero, el 27% de uso forestal y el 24% de aptitud agrícola. Sin embargo, enfrenta serios problemas de sobrepastoreo, escasez de forraje y erosión de los pastizales. Así como la industria forestal, la cual actualmente encuentra grandes áreas boscosas deforestadas.

En cuanto al sector pesquero, tiene el primer lugar nacional en la captura de charal, y se encuentra entre los primeros lugares en captura de mojarra y carpa también.

En cuanto a infraestructura, Michoacán cuenta con un eficiente sistema de carreteras de 5,000 km de extensión que le permiten comunicarse ágilmente con la parte Centro y Occidente del país. Asimismo, la red ferroviaria estatal le da acceso además a los mercados internacionales.

El estado cuenta con un aeropuerto para vuelos nacionales en Ciudad Lázaro Cárdenas; y dos aeropuertos internacionales Uruapan y en la capital Morelia que atiende además vuelos a las principales ciudades de los Estados Unidos.

### **3.1 CLIENTES**

Materiales Purépecha es una empresa minorista, que en sus inicios enfocaba sus esfuerzos en atender el sector industrial, y constructoras, incluso su eslogan en ese momento era "abasteciendo a las empresas". Hoy en día aún sigue atendiendo clientes del sector industrial, y constructoras, pero a enfocado sus esfuerzos para desarrollar una estrategia mercantil minorista, y poder llegar al gusto y preferencia del consumidor final, incluso teniendo que reestructurar su infraestructura y convertirse en una tienda de autoservicio.

Han transcurrido 9 años desde nuestros inicios, tiempo en el que hemos tenido una curva de aprendizaje, en distintos aspectos de la tienda como administrativos, operativos y de venta; incluyendo el conocimiento para seleccionar a nuestros clientes y anticipar sus necesidades, conocer sus preferencias e incluso hábitos, es aquí donde hacemos una parada de nuestras labores para evaluar los resultados que tenemos al atender a un cliente o a un grupo de clientes en común (nicho de mercado), si nos es conveniente seguir enfocando nuestros esfuerzos en ese nicho

de mercado o diversificar, e incluso cambiarlo. Hace 4 años y medio nos percatamos de un factor común que tienen las empresas del sector industrial: requieren crédito de 15 a 30 días y hacen compras de montos altos, el monto alto de compra no debería ser un problema, sin embargo si la empresa no cuenta con un capital suficiente para poder financiar al cliente es cuando se convierte en un problema, ya que tardara en recuperar el dinero de 15 a 30 días; otro problema que presenta el trabajar con empresas, es la serie de trámites y visitas que se tienen que llevar a cabo para cobrar: un día y una hora en específico para presentar las facturas de la mercancía que se entregó esa semana (cambio de facturas por contra recibo) y otro día y hora específico de la semana siguiente o la que toque dependiendo los días que la empresa pida el crédito, para cobrar el contra recibo ya sea cheque o transferencia; la burocracia para cobros o aclaraciones, extiende el tiempo en que se recupera el dinero de la venta.

Debido a estos 3 factores comunes que presentaba las empresas del sector industrial y el hecho que en nuestros inicios no contábamos con un capital suficiente que nos respaldara o acceso a créditos bancarios, era un problema mantener el ritmo de ventas y cobranza con estas empresas. Condicionamos a nuestros clientes de ese entonces a una semana de crédito sin excepción; esto hizo que disminuyera nuestra cartera de clientes un 62%.

Buscamos otros nichos de mercado distintos a los que trabajábamos ya que dejamos de trabajar en un 90% con las constructoras, por cancelarles los créditos. El problema que tuvimos con estas últimas fue también los créditos, jinetaban nuestro dinero, nos entretenía mucho los pagos y en ocasiones no nos pagaban, decidimos dejar de trabajar con ellos por estas razones o si se les llagaba a vender era de contado.

En nuestro mercado actual contamos con clientes de dependencias municipales, sector gubernamental, arquitectos, agropecuarios y en su mayoría de mostrador.

El sector gubernamental y dependencias municipales los productos que nos consumen principalmente son cemento, arena, productos de seguridad y sanitarios como tubería, guantes, lentes, fajas, cascos de seguridad, botas etc.

Representan el 32% de nuestras ventas anuales (información obtenida del 1 de mayo del 2018 al 1 de mayo del 2019)

Arquitectos, Ingenieros o contratistas todos los productos que nos consumen son básicamente para la construcción en general desde herramientas de trabajo como palas, cucharas para la construcción, cemento, mortero, arena, texturizados, productos para instalación eléctrica como cables, manguera poliducto, lámparas, cajas de registro, tubería y llaves para el sanitario y mucha más variedad de productos enfocados a la construcción.

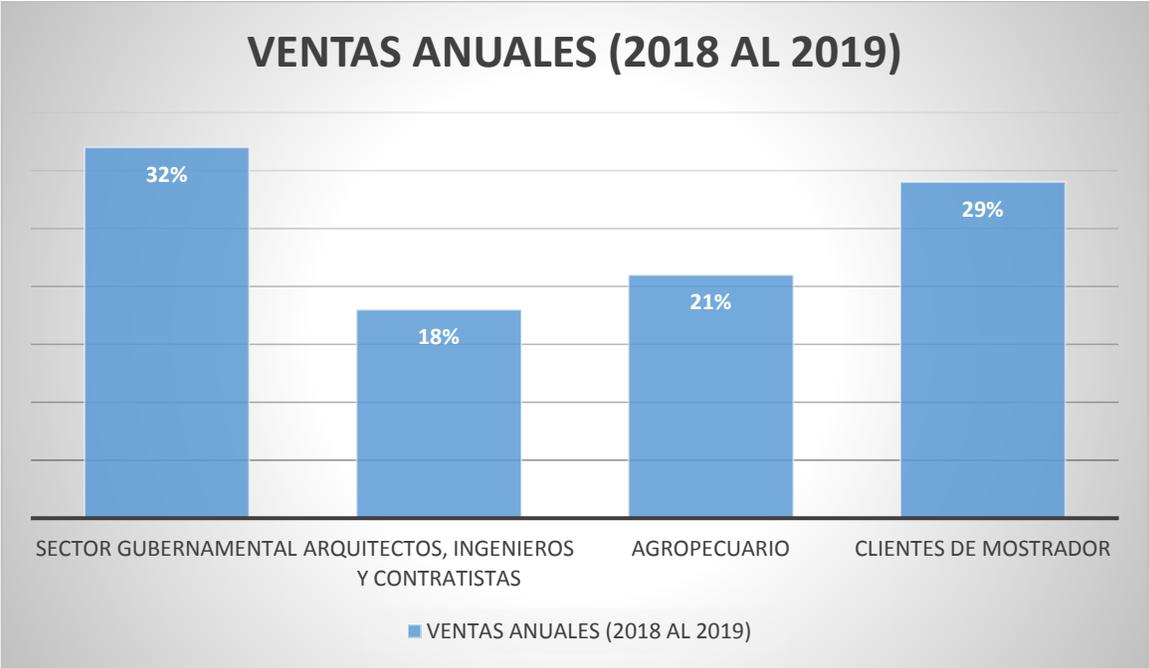
Representan el 18% de nuestras ventas anuales (información obtenida del 1 de mayo del 2018 al 1 de mayo del 2019)

Agropecuarios principalmente nos consumen material de seguridad con botas, lentes y para podar hilo para desbrozadora, aceite de dos tiempos e incluso también nos consumen productos para sanitarios.

Representan el 21% de nuestras ventas anuales (información obtenida del 1 de mayo del 2018 al 1 de mayo del 2019)

Clientes de mostrador su consumo abarca casi su totalidad de productos que tenemos a la venta desde los productos de limpieza que los consumen las amas de casa que están cerca de nuestras instalaciones, trapeadores, cepillos, focos, escobas, Polvos como cemento, mortero, texturizados, varillas, armex, clavos.

Ferretería, brocas, guantes, extensiones eléctricas, cerraduras, selladores clavijas, contactos, accesorios para sanitarios, rodillos, seguetas, discos de corte, estos son solo algunos de nuestros más de 8000 productos que ofrece nuestro catálogo. Representan el 29% de nuestras ventas anuales (información obtenida del 1 de mayo del 2018 al 1 de mayo del 2019)



Se incluye información detallada de ventas anuales por familias de productos en el reporte 3.1.

## 3.2 PROVEDORES

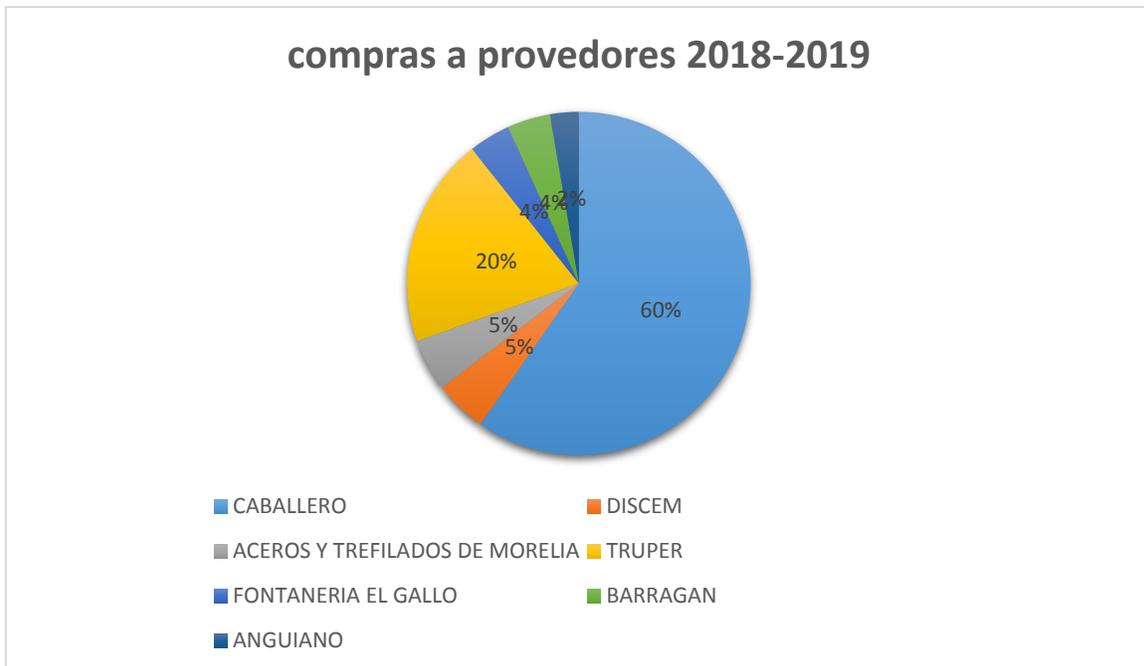
Los proveedores son una parte importante de la actividad comercial de cualquier empresa ya que, dependiendo de las condiciones de entrega, precios, crédito y garantías, por parte de ellos, es la flexibilidad y fuerza que tendremos para la venta y negociación; en otras palabras, nuestra fuerza comercial depende en gran medida del respaldo de nuestros proveedores.

Materiales Purépecha cuenta con 7 proveedores:

1. Materiales Caballero. Es una empresa local, y con relación familiar. Somos revendedores de sus productos, contamos con un respaldo por parte de ellos tanto en garantía de sus productos hacia nuestros clientes, como apoyo logístico, financiero y operativo. Nos consideran un posible competidor a futuro, por lo que no tienen interés en nuestro crecimiento empresarial, aunque también somos un punto de venta y distribución estratégico para su producto estrella que es el cemento tolteca. Tenemos el reconocimiento por parte de ellos de ser su cliente con mayores compras.
2. Distribuidora de Cementos Cupatitzio S.A. de C.V. (DISCEM). Es una empresa local, somos revendedores de sus productos, no hay buena relación con esta empresa, no contamos con apoyo ni respaldo de ningún tipo por parte de ellos. No nos consideran su competencia, tampoco un peligro a futuro, pero aun así no están interesados en nuestro crecimiento.
3. Aceros y trefilados de Morelia S.A. de C.V. es una empresa foránea que no cuenta con equipo de reparto por lo que nos toca la labor de recoger su mercancía en sus instalaciones, hay buena relación con ellos, aunque no contamos con apoyo por parte de ellos en ningún sentido, somos subdistribuidores de sus productos, no nos consideran competencia, más bien un aliado comercial, les interesa nuestro crecimiento como empresa.
4. Truper. Es una empresa internacional, somos distribuidores de sus productos y marcas, contamos con apoyo financiero, técnico y de garantías. Nos

capacitan constantemente, tanto de conocimientos de sus productos como en desarrollo estratégico de ventas de sus productos. No nos consideran competencia, buscan colaborar en el desarrollo de nuestra empresa.

5. Fontanería el gallo. Es una empresa local, nos consideran un competidor potencial a futuro, sin embargo, hay buena relación entre ambas empresas, ya que a la vez nos ven como aliado comercial, por nuestra ubicación ellos se encuentran en el extremo norte de la ciudad y nosotros en el extremo sur somos distribuidores de sus productos y son neutros al ver por nuestro crecimiento, no muestran interés, pero si tenemos apoyo financiero, logístico, técnico y de garantía con ellos. Considero que al llegar a cierto crecimiento.
6. Barragán. Es un aliado comercial, ve por nuestros intereses, contribuye en nuestro desarrollo, nos ayuda financieramente, logística y técnicamente.
7. Anguiano. Es un aliado comercial, ve por nuestros intereses, contribuye en nuestro desarrollo, nos ayuda financieramente, logística y técnicamente.



PROVEEDORES	COMPRAS ANUALES	ANTIGÜEDAD	MARCAS O PRODUCTOS	LINEA DE CREDITO
<b>MATERIALES CABALLERO</b>	\$ 2,696,835.00	5 AÑOS	° CEMEX ° PEGADURO ° PERLA ° UNIBASICO	CONTAMOS CON LINEA DE CREDITO  ILIMITADA PAGANDO AL MES
<b>DISCEM</b>	\$ 221,719.00	6 AÑOS	° VARILLA ° ANILLOS  ° SONOTUBOS	CONTAMOS CON LINEA DE CREDITO  PAGANDO 15 DIAS DESPUES DE LA COMPRA
<b>ACEROS Y TREFILADOS DE MORELIA SA DE CV</b>	\$ 222,106.00	3 AÑOS	° VARILLA ° ANILLOS  ° GRAPAS ° ALAMBRE RECOCIDO ° ALAMBRON	NO CONTAMOS CON LINEA DE CREDITO
<b>TRUPER</b>	\$ 893,231.00	2 AÑOS	° FERRETERIA EN GENERAL Y MARCAS DERIVADAS COMOS SON ° PRETUL                    ° FIERO  ° VOLTECK                    ° HERMEX ° FOSET                      ° KLINTEK	CONTAMOS CON LINEA DE CREDITO  PAGANDO 30 DIAS DESPUES DE LA COMPRA
<b>FONTANERIA EL GALLO</b>	\$ 176,667.00	4 AÑOS	° MATERIAL DE FONTANERIA PVC  ° ANILLOS ° FERRETERIA ° POLIDUCTO PARA ELECTRICISTA	CONTAMOS CON  LINEA DE CREDITO PAGANDO 15 DIAS  DESPUES DE LA COMPRA

<b>TRITURADORA BARRAGAN</b>	\$ 183,147.00	4 AÑOS	° GRAVARENA DE PARACHO ° ARENA DE PARACHO ° TRITURADA DE TOREO ° BALASTRE ° PIEDRA PARA RENCHIDO ° CEMENTANTE	CONTAMOS CON LINEA DE CREDITO  PAGANDO EL ULTIMO DIA DE LA SEMANA
<b>TRITURADORA ANGUIANO</b>	\$ 121,968.00	6 AÑOS	° ARENA DE TOREO ° TRITURADA DE TOREO ° GRAVARENA DE PARACHO ° PIEDRA PARA RENCHIDO	CONTAMOS CON  LINEA DE CREDITO PAGANDO EL ULTIMO DIA DE LA SEMANA

### 3.3 COMPETENCIA

La competencia se define como la acción simultánea de diferentes empresas que dirigen sus esfuerzos a un mismo mercado, por que rivalizan con el fin de presentar su mercancía de la mejor forma al consumidor, de acuerdo con el Diccionario de Mercadotecnia de Luis Lesur (2019). Algunas de estas acciones están determinadas por el **precio**, las **cualidades** del producto y el servicio.

La competencia no es mala, pues impulsa a que las empresas emprendan mejores prácticas dentro de un sector, estimula la innovación y el desarrollo de las empresas. cinco tipos de competidores comerciales que puedo enlistar son:

#### 1. Líder

La marca se caracteriza por innovar de forma constante, por lo cual implementa nuevos factores en sus productos. Esto hace que la firma comercial sea conocida por estar a la par de las invenciones dentro de determinada rama.

## 2. Seguidor

Precede las acciones del líder, sin embargo, no copia en su totalidad el nuevo mecanismo, pues realiza unas modificaciones el fin de acoplar la nueva función a su propia mercancía y, sobre todo, evitar tener problemas relacionados con patentes.

## 3. Especialista

Se caracterizan por contar con más avances sólo en determinado tema dentro de la industria, por lo cual enfocan sus esfuerzos en provocar mejoras constantes en un sólo mecanismo, aunque dejen otros componentes de lado. Su publicidad se enfoca en remarcar estos avances.

## 4. Oportunista

Sobresale cuando una de las marcas del mercado se debilita. De esta forma el consumidor conoce firmas que no eran de su dominio.

## 5. Conservador

Pese a las innovaciones del mercado y del sector, esta marca se conserva "intacta" pues, por lo común, no hace actualizaciones significativas. Estas empresas tienen la desventaja de no ser consideradas por clientes potenciales.

La competencia dentro de un mismo sector beneficia al cliente, pues no depende de la producción y estipulaciones de una sola marca. Asimismo, este elemento es un indicador de que determinada industria se desarrolla de forma óptima, por lo que diversas firmas apuestan por ofrecer su mercancía.

Analizar bien a tu competencia es paso previo inexcusable si eres emprendedor y quieres crear una empresa o negocio nuevo o incluso si ya existe el negocio o empresa, es necesario incluirlo en un estudio de mercado.

### **3.3.1 OBJETIVOS DE UN ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

No importa lo pequeño o grande que sea el negocio, hay cuatro objetivos que se debe tener en cuenta a la hora de plantear una investigación para estudiar y analizar a los competidores:

1. Saber dónde y con quién compites realmente
2. Identificar oportunidades de negocio
3. Detectar elementos en los que diferenciarte
4. Prever la reacción de tu competencia

### **3.3.2 TÉCNICAS PARA EL ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

1. Visita a la competencia: Los elementos a inspeccionar dependerán de cada actividad, estos son algunos que nosotros incluimos:

- ✓ Precios
- ✓ Tráfico de clientes.
- ✓ Tipología y perfil de clientes.
- ✓ Reputación y satisfacción de la clientela.
- ✓ Sistema de venta y distribución.
- ✓ Dimensión y aspecto del local.
- ✓ Atractivo de la calle.
- ✓ Horarios.
- ✓ Antigüedad.
- ✓ Número de empleados.
- ✓ Presencia de los dueños.

- ✓ Proveedores con los que trabaja.
  - ✓ Ritmo de rotación de existencias
  - ✓ Capacidad económica
2. Visita las webs y redes sociales de tus competidores
  3. Plano de situación de la competencia y radio de acción
  4. Analiza a los líderes del mercado
  5. Realizar una tabla comparativa por competidor de fortalezas y debilidades que tenga cada uno.

Es muy común al analizar la competencia caer en errores como subestimar a tu competencia a menudo tu gran idea ya la han tenido los competidores que llevan más tiempo que tú y que por tanto conocen mejor el mercado y al cliente, sólo que no lo han hecho porque es más difícil de lo que parece o porque no les interesaba al tener otros intereses, como por ejemplo un modelo de negocio distinto, desde fuera las cosas suelen parecer más fáciles de lo que luego en realidad son. Otro error común es olvidar la competencia indirecta los que vende productos o servicios alternativos.

### **3.3.3 NUESTROS COMPETIDORES**

Como casa materialista y como todo negocio o empresa tenemos competencia en diferentes formas la cual nos perjudica un poco tanto para mantener como para lograr adquirir nuevos clientes, nuestros principales competidores son los distribuidores con los que adquirimos nuestros productos ya que ellos también manejan la venta al público en general colocando sus productos a un precio más económico que nosotros como revendedores, lo que provoca cierta comparación de precios en algunos casos.

Sin embargo la ventaja que tenemos sobre ellos es la rápida entrega de productos ya que como casa materialista grande se saturan de pedidos y al momento de alguna

entrega a domicilio esto ocasiona que tarden más horas e incluso un día o más en el tiempo de entrega, otra ventaja es que se encuentran un poco más alejados de la zona en la que nos encontramos, por lo que las personas para evitar perder más tiempo en ir a esas tiendas optan por acudir a la nuestra directamente.

Otra de nuestra competencia son las tiendas materialistas que al igual que nosotros son revendedores y se encuentran cerca de Materiales Purépecha, los distribuidores manejan una organización con la cual tienen el mismo margen de precios para todo público en general, a diferencia de ellos los revendedores no llevan tal acuerdo por lo que varias veces ofrecen costos por debajo de los nuestros con la intención de acaparar más clientes, afectándonos ya que algunos clientes cuidan y tratan de ahorrar un poco más de dinero comparándonos con otras tiendas.

## **CAPÍTULO 4 PROGRAMA DE DESARROLLO**

### **4.1 ENFOQUE Y DELIMITACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO**

Antes de iniciar a estructurar nuestro plan de desarrollo recordemos la filosofía organizacional, ya que esto limitara nuestras estrategias y acciones para el desarrollo de la empresa.

Materiales purépechas no se creó con el propósito de convertirse en la empresa líder para obtener un logro personal, fue para satisfacer las necesidades de los clientes y servir.

Buscamos ser una empresa reconocida por nuestro servicio, nuestras buenas prácticas comerciales y nuestra aportación a la sociedad.

No buscamos incrementar nuestras ventas sólo por aumentar nuestros números (utilidades) no vendemos por vender. Queremos que nos conozcan más personas para poderle servir a más clientes.

En base a este análisis podemos concluir que no podemos utilizar estrategias de ventas agresivas, de impulso o sugeridas (Cross selling y up selling); buscamos que nos conozcan más personas y llegar a más clientes por medio de la publicidad. Nuestras ventas crecerán a medida de las necesidades de nuestros clientes que podamos satisfacer; de esta manera nuestras ventas son proporcionales a las necesidades de nuestros clientes y la cantidad de clientes que logremos tener.

Para poder crear un programa de desarrollo es necesario identificar a dónde queremos llegar para poder realizar estrategias enfocadas a ese objetivo y para esto nos podemos ayudar con la visión de la empresa. (Vista en el capítulo 1)

“Consolidarnos como una empresa proveedora de materiales y ferretería, líder y reconocida a nivel local que contengan los más altos estándares de calidad a un precio justo”.

De acuerdo con esta visión a un plazo de 5 años nuestra estrategia debe estar enfocada a crecer de una manera en la que estemos a la par de las empresas que en este momento son nuestra competencia para un día poder ser la empresa líder en el mercado local. Es necesario saber quién es la empresa líder en el mercado local, así como quienes compiten por ese lugar; estas empresas serían reconocidas localmente como las más fuertes aún y cuando no tengan el puesto de la empresa líder; para esto podemos apoyarnos con la clasificación de los 5 tipos de competidores, que vimos en el capítulo 3.

Es importante hacer un análisis completo de estos competidores tomando en cuenta todos los parámetros vistos en el capítulo 3.3.2 para poder saber cómo están conformadas las empresas competidoras, que diferencia a Materiales Purépecha de ellos y lo más importante que le hace falta para llegar a donde están ellos.

El líder del mercado y nuestro principal competidor es Materiales Caballero, el resto de los competidores (como ya lo describimos en el capítulo 3); solo mencionaremos los más relevantes y reconocidos localmente: Distribuidora de Cementos Cupatitzio S. A. de C. V. y Materiales Ledesma.

Estas empresas cuentan con algunas características en común y favorables: como infraestructura ampliamente desarrollada, ofrecen una grande y amplia variedad de productos, cuentan con los conocimientos técnicos logísticos y administrativos que les permiten tener un crecimiento potencial, además tienen tiempo dentro del mercado, Materiales Caballero siendo el líder tiene 35 años dentro del mercado; Distribuidora de Cementos Cupatitzio S. A. de CV siendo su seguidor tiene 20 años dentro del mercado Ledesma siendo el que cuenta con mayor antigüedad tiene 70 años dentro del mercado y es el único de los tres que cuenta con distintas sucursales distribuidas en toda la ciudad; tienen alianzas comerciales con sus proveedores.

Nuestro programa de desarrollo consiste en fortalecernos donde ya nos encontramos en la venta de los productos que ofrecemos y las marcas que distribuimos. Para poder llevar esto a cabo se requiere un incremento en nuestro inventario. En nuestra

infraestructura y en nuestra fuerza de ventas. Se requiere de un planeamiento que involucre estos 3 factores y los lleve de la mano para un desarrollo sano y sustentable

## **4.2 TIPOLOGÍA DE CLIENTES**

En Materiales Purépecha nos hemos percatado que los clientes que nos visitan son diferentes porque sus necesidades son distintas y es complicado crear una estrategia de mercadotecnia que funcione con todos por igual; también nos hemos dado cuenta que se repiten ciertos patrones de conducta en algunos casos por lo que podemos agrupar a los clientes que presentan el mismo comportamiento, y crea una estrategia de mercadotecnia específica para cada grupo de clientes, conforme a sus necesidades; esto nos implica un mayor esfuerzo ya que es necesario clasificar e identificar los clientes para crear una estrategia de mercadotecnia para cada situación o cliente. Podemos identificar 4 tipos de clientes que visitan la tienda de Materiales Purépecha:

### 1. cliente desesperado

Es el cliente que tiene urgencia por ser atendido tiene poco tiempo para realizar su compra no le interesa el precio de los productos que va adquirir por lo regular ya sabe el producto que necesita y la marca que quiere; desea adquirirlo en el menor tiempo posible. Ejemplos:

-El cliente que habla a la tienda o nos visita para hacer un pedido de material para su obra y quiere que se lo llevemos en el menor tiempo posible. En repetidas ocasiones nos hacen comentarios como: tengo al albañil parado sin trabajar por falta de material, me urge, estoy perdiendo dinero, lo quiero para ayer, ya vienes, o a qué hora lo tengo aquí.

Son muy insistentes y por lo regular nos marcan cada hora para saber si ya salió su pedido aún y cuando les hayamos dado una hora estimada de entrega, no respetan tiempos de entrega, se molestan el que le digamos que aún no sale su pedido y que ya les habíamos dado una hora de entrega. algunos clientes nos piden de favor que no respetemos el orden en el que fueron realizado los pedidos y nos brinquemos a los clientes que hayan solicitado su material antes para poder entregarles primero a ellos, aun cuando tratamos de concientizarlos de qué no podemos hacer lo que nos piden puesto que respetamos el orden de entregas conforme se realizaron los pedidos, insisten e incluso nos llegan a decir que ellos ya son clientes frecuentes de la tienda y tienen el derecho a exigir nuestra atención y rapidez. Es común que en muchas ocasiones este tipo de clientes sean groseros con el personal.

## 2. cliente ahorrador

Este tipo de cliente solo busca ahorrar lo más que sea posible por lo regular no lleva urgencia por ser atendido lo único en qué enfoca su atención es en el precio de los productos que requiere , ya tiene conocimiento de lo que necesita tanto el producto como la marca y por lo regular trae consigo cotizaciones de otras tiendas, En la mayoría de los casos que nos visitan este tipo de clientes no realiza ninguna compra en su 1ª visita pues solo están cotizando; después de visitar otras tiendas, analizan cuál es su mejor opción en cuanto a precio, y si nosotros fuimos esa opción regresa.

Otra característica particular de este tipo de cliente es que siempre desea hablar con el dueño, no les gusta que los atienda un empleado, tienen en su mente que podrá negociar un mejor precio directamente con el dueño. Ellos también suelen tener su propia estrategia de compra, y es recurrente con varios clientes ejemplo:

-qué precio tiene el bulto de cemento?, ¿y por tonelada?, ¿y si te compro 8 toneladas a como me lo dejas?

Intentan obtener un precio cada vez menor con cada pregunta o comentario, ya que también hacen referencia a que pagaran en efectivo, de contado, que ellos recogen en la tienda para evitar gastos de maniobra, o que son clientes frecuentes de la tienda por lo que se consideran acreedores de descuentos que ellos mismos se quieren otorgar, en incluso suelen decir que son amigos o familiares del propietario, con tal de verse favorecidos en la reducción del precio. Este tipo de cliente por lo regular no es grosero a diferencia del cliente desesperado, intenta ser agradables con tal de conseguir su descuento, algunos clientes que no llegan a obtener el precio que buscaban suelen molestarse y en pocos casos llegan a ser groseros haciendo comentarios ofensivos de la tienda, o comparativos con las empresas competidoras.

### 3. cliente desorientado

Este tipo de clientes no saben lo que quieren o lo que busca, no tiene conocimientos técnicos para identificar el producto que requiere, y está buscando una orientación por parte de la tienda; no le interesa el tiempo que le lleve en realizar la compra, tampoco regatea ya que si no conoce el producto, no conoce el precio de tal, no está familiarizado con esa información, en ocasiones llega a la tienda con una pieza, o parte de la pieza como muestra de lo que necesita, sin saber ni el nombre de dicho producto, otras ocasiones toma foto el cliente de la pieza que requiere, del problema técnico que tiene en su casa u obra, y en el peor de los casos, en el que no trae muestra o fotografía de lo que necesita, solo nos describe lo que busca, o nos cuenta el problema técnico que tiene, para que la tienda lo oriente en lo que necesita. Este cliente es más tranquilo que los anteriores ya que siempre tiene una actitud positiva y normalmente es agradecido aun y cuando no pueda la empresa resolver sus dudas o problema.

#### 4. cliente consentido

Es el cliente más sencillo de los anteriores ya que su necesidad se basa en atención, no busca precios bajos, tampoco lleva prisa, por lo contrario busca permanecer más tiempo dentro de la tienda, no busca orientación técnica sobre el producto que requiera, normalmente sabe lo que quiere, aunque en pocas ocasiones finge no tener conocimiento de lo que busca, para recibir atención de la tienda; son clientes leales a la empresa, pues se sienten identificados con las marcas que distribuimos o la filosofía de la empresa; tienen el sentido o necesidad de pertenencia, por ello son clientes fieles y frecuentes, buscan ser distinguidos por la empresa. En algunas ocasiones solo nos visitan por observar la tienda sin comprar nada, otras ocasiones solo van a ver qué artículos nuevos llegaron a la tienda, o ver que promociones tenemos en el mes. Son muy amables y agradecidos; creamos relaciones más cercanas con ellos, participan en nuestros eventos recreativos y algunos clientes consentidos nos incluyen en sus eventos sociales. Ejemplo de este tipo de cliente:

-el que nos visita personalmente para hacer cuentas de lo que nos ha comprado y nos debe, para hacernos el pago, y normalmente extiende su visita hasta 2 horas para platicarnos sobre temas personales, dándole menor importancia a las cuentas y el pago que pudo enviarnos sin tener que acudir a la tienda por fingir estar interesado en revisar las facturas que debe personalmente y hacer cuentas con nosotros. En realidad, todo esto solo es un pretexto para visitarnos y tener una conversación extendida con el dueño o algún empleado de la empresa.

Suelen adquirir artículos promocionales de la empresa o de las marcas que distribuye. Participa o utiliza los programas de lealtad.

### **4.3 ESTRATEGIAS DE VENTA**

Ya que los clientes que visitan materiales purépecha son distintos es necesario crear una estrategia de venta que se adecue a las necesidades específicas de cada cliente, así que después de haber identificado y clasificado al cliente estas son las estrategias de venta que se implementa dentro de materiales purépecha para atender a cada tipo de cliente:

#### *Cliente desesperado*

Debido a las 3 áreas distintas que tienen materiales purépecha para almacenar y exhibir sus productos y la gran cantidad de productos distintos que ofrece, es complejo el proceso de venta, lo simplificamos para reducir el tiempo que le lleva a nuestros clientes el realizar su compra, en 3 pasos sencillos: pedir, pagar y recoger la mercancía. Tiempo estimado del proceso de compra de nuestro cliente 15 minutos; puede variar dependiendo la cantidad de productos que requiere el cliente y la forma de pago.

El proceso de venta en 3 pasos consiste básicamente en que el cliente llega al mostrador para pedir su material y que se le genere una remisión o factura, allí mismo hace el pago de dicha factura y posteriormente pasa a bodega a recoger su material en el caso de ser necesario, ya que si es ferretería lo que compro probablemente lo recogió primero de la estantería y solo quiere pagar, o le surtirá su pedido la misma persona que lo atendió desde un principio, con la intención de concluir de inicio a fin el proceso de venta la misma persona, ya que nos percatamos que ahorramos tiempo de esta manera, en vez de que lo realice una persona distinta cada paso de la venta.

Se realizó un análisis de las instalaciones, para poder hacer más eficiente a nuestro personal al atender a los clientes en el momento de la venta y ayudar a disminuir el tiempo de este proceso aun y cuando simplificamos en los 3 pasos anteriormente

mencionados; algunos de los cambios que realizamos para mejorar el proceso de venta es:

- modificamos nuestra área de exhibición, para crear una tienda de autoservicio, de esta manera cuando un cliente requiere algo de ferretería y ya sabe que producto necesita, puede ir directamente al exhibidor y tomarlo, sin la necesidad de esperar un turno para poder pedir su material, solo llega a pagar a caja; disminuimos el tiempo de venta al no tener que buscarle el producto al cliente.
- Es importante tener bien identificados la ubicación de los productos con letreros que indiquen al inicio del pasillo las familias de productos que se encuentren dentro de ese pasillo.
- Ordenamos la mercancía dentro de la tienda por marcas, ejemplo: todo el material eléctrico (marca volteck) se encuentra en el lado derecho de la tienda (área de exhibición), toda el material de fontanería (marca fosef) se encuentra del lado izquierdo de la tienda; de esta manera una persona que viene a surtir su lista de material eléctrico para su casa va encontrarlo todo en el mismo lugar chulapas, registros eléctricos, cable para la luz, etc. Igual quien viene a surtir su lista de material de fontanería encontrara todo en un mismo lugar mezcladora para lavabo, manguera coflex, llave angular, cespól, etc.
- Ordenamos la mercancía también por familias de productos, ejemplo: hay una sección de cintas, allí se encuentra la cinta de aislar (varios colores), cinta masking (varias medidas), cinta teflón (varias medidas), cintas adhesivas, cintas de montaje, cintas antiderrapante, cintas de precaución, cintas de advertencia, etc.
- Mantenemos limpios y ordenados las góndolas y anaqueles para que los clientes puedan ubicar fácilmente donde se encuentra el producto que necesitan, y sea de fácil acceso el tomarlo. Evitamos que se vea saturado de mercancía las góndolas y anaqueles, para que se pueda identificar fácilmente

cada producto. Igualmente en bodega y patio mantenemos ordenado y limpio para que sea de fácil acceso para todos.

- Contamos con descripción y especificaciones de cada producto al lado de donde se exhibe, así como el precio de este. Con la intención de aclarar posibles dudas sobre la mercancía sin que el cliente requiera de una atención personalizada, ahorrando tiempo para el cliente y para nosotros al atenderlo.

### Cliente ahorrador

Cuando se presenta este tipo de cliente, siempre llegan pidiendo un presupuesto del material que requieren, es una de las primeras causa para identificarlos, ya que no son precipitados al comprar y no realizan su pedido antes de saber los precios; también nosotros nos tomamos el tiempo necesario para hacer la negociación, ya que este tipo de cliente, ya sabe lo que necesita e incluso sabe el precio de la competencia en muchas ocasiones, si viene con nosotros no es por la atención, no es por la asesoría para que pueda elegir lo que va a comprar, tampoco viene por el servicio y la rapidez que podamos brindarle para la entrega de su mercancía; ninguna de nuestras estrategias de mercadotecnia que implementamos dentro y fuera del negocio lo inspiraron para realizar la compra con nosotros, su motivo es simple, viene buscando el mejor precio, su intención es ahorrar. Así que nuestra estrategia de venta se va enfocar en ahorrarle al cliente y utilizar todos nuestros conocimientos y habilidades para la negociación ya que de esto depende para concretar la compra sin sacrificar demasiado nuestra utilidad. Para esto por lo regular invitamos al cliente a una oficina en privado ya que no es correcto que negociemos frente al resto de los clientes que se encuentran dentro de la tienda, porque pueden escuchar el precio de algún producto que estén comprando en ese momento otro cliente, y este solicite que se le dé el mismo precio que le estamos ofreciendo al cliente ahorrador.

Después de haber identificado al cliente ahorrador e invitarlo a un despacho privado para realizar la negociación estos son los pasos para realizar una negociación exitosa:

- Le solicitamos al cliente la lista del material que va a requerir o que nos dicte los productos y cantidades que necesita para en base a esto poderle ofrecer un mejor precio haciéndole ver que en mayor cantidad de productos a comprar es mejor el precio que le podemos ofrecer; también preguntamos cuál será su método de pago, y en el caso de los clientes que cuentan con crédito, preguntamos si lo pagaran de contado o es a crédito y si el cliente recogerá la mercancía de la tienda o requieren que nosotros se la entreguemos a su domicilio. Esto realmente lo pedimos para saber si la venta que estamos por realizar nos dejara una utilidad considerable y saber los gastos en los que incurriremos para entregar el material que afectaran directamente a las posibles utilidades que tuviéramos. A esta primera parte de la negociación la llamamos "sentar las bases de la negociación" y es fundamental para no caer en el juego del cliente y aclara posibles malos entendidos ya que por experiencia propia de la empresa sin estas bases la negociación puede tornarse en nuestra contra y en lugar de ser una oportunidad de negocio, termina siendo y fracaso financiero donde tengamos perdidas por no aclarar cantidades, forma de pago y entrega.

Hay clientes con habilidad para negociar que nos han llevado a un punto donde se favorecieron ellos y la empresa (materiales purépecha) perdió dinero, ejemplo:

Llega X cliente preguntándonos el precio del bulto de cemento, después nos preguntan por el precio del cemento por tonelada (le hacemos un descuento por comprar por tonelada), después preguntan y si te compro 10 toneladas que precio me das (piden un descuento adicional), posteriormente solicitan hablar con el dueño, con la intención de obtener más descuento. Por esta razón es importante solicitar al cliente desde un principio la cantidad que va a requerir de material, con la intención de evitar que nos haga esto, y no caer en su juego; se procura evitar que el dueño realice negociaciones después de

haber pactado precio con algún empleado; por cortesía si un cliente solicita hablar con el dueño, se le da la atención, pero en el momento que indaga por un descuento adicional al precio pactado con el empleado de la tienda, se le dice que es el mejor precio que se le puede dar, y lo que le ofreció su compañero es lo mismo que él le puede ofrecer, con la intención de respetar la negociación de quien lo atendió en un inicio y no continuar con la situación a donde los quiere llevar el cliente.

En ocasiones el cliente después de haber solicitado el mejor precio posible para el producto que requiere, nos solicita crédito, o nos dice que nos va a pagar con tarjeta bancaria (ya sea de crédito o débito), situación que nos incurre a gastos financieros no contemplados desde un principio, por ello es importante aclarar este punto desde un principio para evitar malos entendidos.

Hay otras situaciones en las que nos llevan en la negociación al precio más bajo que podemos ofrecer y nos van a pagar de contado en efectivo o transferencia, pero nos solicitan que el material se lo entreguemos como lo van necesitando y eso incluye enviar pedido de 1 bulto, o 1 pieza de lo que solicitan, esto nos hace incurrir en gastos de maniobra extras de lo contemplado y nos afecta en las posibles utilidades.

- Después de sentar las bases para la negociación, preguntamos si ya trae el cliente algún presupuesto de otra tienda, para que no lo muestre y mejorarle el precio, de esta forma agilizamos la negociación y podemos concluir en este paso
- Si no cuenta con una cotización de otra tienda con quien compararnos le ofrecemos dos opciones:
  1. Que realice por su cuenta una cotización con uno o más proveedores de material, para que tenga una comparación de precios real con los nuestros, así tendrá la certeza que la compra que realizo con nosotros fue al mejor precio que pudo obtener. Les pedimos que regresen después de tener algún presupuesto para nosotros mejorárselo, y no

les manejamos ningún precio ya que esperamos ser con quien concluya su compra. Por experiencia que ha tenido la empresa si les manejamos un presupuesto por escrito y nosotros fuimos la primera tienda que visito el cliente, lleva nuestro presupuesto con otro proveedor y este al verlo hace lo mismo que nosotros lo mejora para quedarse con la venta; así que después de haber experimentado esto por varias ocasiones, concluyo materiales purépecha que es mejor no darles ningún precio de palabra o por escrito, para no darles herramientas a nuestra competencia para quedarse con el cliente.

2. Les ofrecemos marcar en ese momento a la competencia por teléfono y pedir un presupuesto por este medio para nosotros mejorárselo en el momento y concluir la venta. Por lo regular tenemos los numero telefónicos de las tiendas materialista que se encuentran dentro de Uruapan, en el momento hacemos la llamada en altavoz y el cliente pregunta por los precios del material que requiere mientras que el empleado de materiales purépecha escribe los precios en una hoja para después allí mismo por un lado bajarle 1 o 2 pesos por producto y concretar la venta.

### *Cliente desorientado*

La estrategia de venta para este tipo de cliente requiere de tiempo y conocimientos técnicos del problema a resolver; a pesar de que contamos con muestrarios de la mercancía que vendemos, donde además de ver el producto físicamente, da especificaciones de este como medidas, peso, color, y una breve descripción del producto, así como los usos que se le pueden dar; todo esto con el fin de poder orientar al cliente en su compra, y muchas veces no es suficiente, ya que se acerca al mostrador para pedirnos ayuda personal para encontrar el producto que necesita, o para que le aclaremos alguna duda sobre el producto que puede resolver su

necesidad; es aquí cuando interviene un técnico con conocimientos para poder ayudar al cliente y orientarlo.

En este momento solo cuenta la tienda con 3 técnicos: Jesús Polanco quien es nuestro repartidor es técnico electricista y es quien resuelve las dudas referentes al material eléctrico que vendemos en cómo utilizarlo, Jorge Caballero es quien tiene un más conocimientos de los materiales para construcción que vendemos y de la herramienta que ofrecemos, y es quien por lo general atiende a los clientes desorientados. Esta estrategia de venta propone incrementar nuestro personal de ventas, contratando técnicos especialistas en cada área de ferretería como electricista, fontanero, albañil, etc. Con conocimientos y experiencia en su ramo, para poder orientar a los clientes, esta idea surge en parte adoptando el modelo de atención a clientes que ofrece la empresa best buy, solo que para adaptarla a nuestro giro se requieren técnicos especialistas en diferentes áreas.

#### *Cliente consentido:*

La estrategia de venta para este cliente se enfoca en ofrecerle un espacio agradable, donde se sienta cómodo y en confianza, hacerle sentir parte de nuestra empresa, darle un trato personal (es importante recordar su nombre y siempre dirigirnos a él por su prefijo y nombre). Para poder atraer a este tipo de cliente si es importante implementar todos nuestros conocimientos de mercadotecnia, porque para ellos si es importante la imagen, el servicio, la atención, la asesoría y los precios (solo en un principio). Ya que si queremos que se identifiquen con la empresa y nos adopten como su proveedor tenemos que causarle una buena impresión desde el momento que nos conocen. Es importante mencionar que este tipo de cliente, es el que genera mayores utilidades a la empresa, y el que nos interesa llenar nuestra cartera de clientes. Algunas acciones que llevamos a cabo para mantener esa relación ya establecida con este tipo de clientes son:

- Los invitamos a la posada navideña de la empresa cada año.
- Les obsequiamos una playera y un termo con publicidad de la empresa cada año, si sus compras son mayores a \$500,000 al año y tiene más de 2 años consumiéndonos les obsequiamos adicionalmente un agenda personalizada con el nombre completo del cliente y el logotipo de la empresa; agregamos un mensaje de agradecimiento por elegirnos como su proveedor dentro de la agenda.
- Al tenerlos registrados dentro de nuestro software administrativo como clientes frecuentes, se le inscribe en un programa de lealtad, donde en cualquier compra que realice de ferretería se le da precio de mayoreo siempre sin importar la cantidad que compre.
- Les ofrecemos un programa de recompensa donde todas sus compras les generan puntos que pueden cambiarlos por productos promocionales como:
  - Playeras
  - Gorras
  - Overoles
  - Chamarras
  - Paraguas
  - Llaveros

Nota: no pueden gozar de los 2 programas simultáneamente el de lealtad y el de recompensa, solo pueden hacer uso de 1 programa.

- Les enviamos un correo electrónico de felicitaciones el día de su cumpleaños y un cupón por \$200. Que puede utilizar en la compra de cualquier producto de la tienda. (solo a los clientes inscritos en alguno de los programas).

#### **4.4 PUBLICIDAD GENERICA**

Algunas acciones que realizamos como publicidad genérica son:

\*Se realizo un monitoreo externo a la empresa con las demás tiendas materialistas, por lo cual se realizó un ajuste en nuestros precios como estrategia Para así quedar por debajo de ellos.

\*Se publicaron en las redes sociales los medidores laser a precio de distribuidor con la finalidad de dar a conocer un producto novedoso distinto a lo clásico para de este modo ir familiarizando a todos nuestros clientes con la variedad de productos que Tenemos para ofrecer.

\*En nuestra página de Facebook se han publicado constantemente diversos productos sobre todo los que se utilizan en temporada. También se han publicado otros productos con un 20 % de descuento, todo esto con la finalidad de dar a conocer los diversos tipos de herramientas y productos que tenemos en nuestra tienda a la venta.

\*repartimos volantes con publicidad de la tienda, ofreciendo algunos de los productos con los que contamos, tratamos de cambiar esos productos cada que volvemos a repartir volantes. Los volantes se repartieron solo en la tenencia de Jicalán, donde nos encontramos y colonias aledañas.

#### **4.5 PROYECCION DE MATERIALES PUREPECHA**

Imaginamos a Materiales Purépecha en un futuro (varios años) a una escala mayor con sucursales dentro y fuera de la ciudad, e incluso abriendo mercado en otros estados del país. Y talvez un día encontrarnos en toda la república Mexicana. este sueño o ilusión, requerirá de un enorme esfuerzo, que parte de nuestra realidad actual en la que trabajamos para crecer como empresa de un solo establecimiento, y con un inventario pequeño de mercancía, en el que aún no contamos con toda la gama de productos de las marcas que distribuimos, tampoco con el trato directo de los fabricantes de algunas marcas de vendemos; por ellos es en este momento nuestro trabajo y esfuerzo está enfocado al resolver estas dos situaciones para poder contar con toda la gama de productos de las marcas que distribuimos y ser distribuidores directos de fábrica de dichas marcas.

Fortaleciéndonos en este aspecto y manteniendo un crecimiento constante en nuestras ventas, podríamos abrir otra sucursal dentro de la ciudad en una ubicación opuesta en la que nos encontremos para poder abarcar más, personalmente creo que las entradas a la ciudad son puntos estratégicos que favorecen el giro de nuestra empresa, dominado la segunda sucursal y considerando el tamaño de la ciudad, con un análisis a través de un estudio previo, si fuese necesario abriría otra sucursal o 2 más para poder tener una en cada punto cardinal de la ciudad.

Ya posicionada la empresa dentro de la ciudad y con un modelo de negocio exitoso, iniciaría mi expansión a otros municipios cercanos o viables para mi negocio, realizaría un estudio de mercado y un análisis de los riesgos y oportunidades que presentara el municipio candidato para abrir una sucursal, así iniciaría mi crecimiento dentro del estado y trataría de ir ganando uno a uno sus municipios.

Ya conquistado mi estado y que tuviera presencia en al menos el 50% de los municipios, comenzaría a pensar en la expansión a los estados aledaños al mío, copiando el modelo de negocio que hayamos desarrollado, y probado que funcione, el proceso de crecimiento y desarrollo de la empresa en otros estados sería similar

al que venga realizando, siempre atreves de un estudio previo a la apertura de las tienda y un análisis para poder evaluar qué tan viable fuese el lugar para abrir una sucursal.

Aún estamos en una etapa de desarrollo, en la que nuestro crecimiento puede verse afectado por malas decisiones, mala administración, factores externos, competencia desleal o situaciones en las que aún no hemos experimentado y no tengamos los conocimientos o recursos para poder dar una solución, es incierto el futuro de materiales purépecha, como es incierto el futuro de una persona, solo podemos hacer proyecciones a donde queremos llegar o a donde nos llevan nuestras estrategias de desarrollo, el llegar allí, no es seguro solo una **proyección.**

## INDICÉ DE REFERENCIAS

(INEGI), I. (2019). Esperanza de vida de los negocios en México. [online] Inegi.org.mx. Available at: <https://www.inegi.org.mx/temas/evnm/> [Accessed 24 Oct. 2019].

Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional. (1993). Guía jurídica de la CNUDMI sobre operaciones de comercio compensatorio internacional. 3rd ed. Nueva York: CNUDMI.

INADEM. (2019). Las MiPyME en México: retos y oportunidades. [online] Available at: <https://www.inadem.gob.mx/las-mipyme-en-mexico-retos-y-oportunidades/> [Accessed 24 Oct. 2019].

INADEM. (2019). 10 errores comunes al abrir una Pyme. [online] Available at: <https://www.inadem.gob.mx/10-errores-comunes-al-abrir-una-pyme/> [Accessed 24 Oct. 2019].

Santanderpyme.com.mx. (2019). 10 errores comunes al iniciar una empresa. [online] Available at: <https://www.santanderpyme.com.mx/detalle-noticia/10-errores-comunes-al-iniciar-una-empresa.html> [Accessed 24 Oct. 2019].

Solís, A. (2019). Pymes mexicanas, un panorama para lo que les espera en 2018. [online] Forbes México. Available at: <https://www.forbes.com.mx/pymes-mexicanas-un-panorama-para-2018/> [Accessed 24 Oct. 2019].

## ANEXOS

### MARCAS Y PRODUCTOS QUE DISTRIBUYE MATERIALES PUREPECHA

#### CEMEX

Cemento blanco



Cemento gris



Mortero



IMPERCEM



## PRODUCTOS PEGADURO



**PEGAPISO**  
PEGADURO



**VITRODURO®**  
**BLANCO**



**JUNTEADOR**  
**SIN ARENA**



**PEGAZULEJO**  
**PEGADURO**



**TEXTURIZADO**  
PEGADURO



**UNIDOR**



**SISTEMA OBRA BLANCA®**  
Impermeabilizante  
en Polvo

## YESO



## CAL PERLA



## MARMOLINA



## ACERO

CLAVOS ESTANDAR



CLAVOS DE CONCRETO



VARILLAS



ALAMBRE RECOCIDO



ALAMBRON



ANILLOS

ARMEX



MALLA ELECTROSOLDADA

TUBOS PVC



## TUBOS

TUBOS CPVC



SONOTUBOS



## **PÉTREO**

ARENA GRAVARENA Y TRITURADA



## **PREFABRICADOS**

TABICON



TABIMAX



**PRODUCTOS TRUPER**



**PRODUCTOS VOLTECK**



## PRODUCTOS FOSET



**PRODUCTOS HERMEX**



**PRODUCTOS FIERO**



# PRETUL



## PRODUCTOS KLINTEK

Estopas, 1 kg

Suave y fácil de cortar

Precio por  
bolsa de 1 Kg



# Klintek®



## REPORTES FINANCIEROS DE VENTAS

AdminPAQ

Moneda: Peso Mexicano

JORGE CABALLERO GUILLEN  
Reporte de Remisiones por Producto  
Del: 01/May/2018 al: 01/May/2019

Página: 1  
Fecha: 26/Jul/2019  
Hora: 12:27:23

Código	Nombre (Producto)	Cantidad	Facturado	Devuelto	Pendiente	Total
CLASIFICACIÓN No.1 : POLVOS						
00001	CEMENTO TOLTECA	XSA 11,762.00	9,221.00	808.00	1,733.00	1,749,518.00
00002	MORTERO TOLTECA	XSA 6,870.00	5,450.00	252.00	1,170.00	817,941.32
00003	CEMENTO BLANCO	XSA 90.00	56.00	23.00	11.00	12,587.96
00080	TEXTURIZADO ADOBE	XSA 20.00	19.00	0.00	1.00	1,668.96
00081	TEXTURIZADO AGUA	XSA 68.00	49.00	9.00	10.00	5,153.46
00082	TEXTURIZADO BEIGE	XSA 194.00	129.00	6.00	59.00	15,734.46
00083	TEXTURIZADO BLANCO	XSA 1772.00	1,491.00	71.00	216.00	142,763.74
00084	TEXTURIZADO DURAZNO	XSA 96.00	61.00	0.00	35.00	7,194.78
00085	TEXTURIZADO HIELO	XSA 20.00	10.00	0.00	0.00	1,629.32
00086	TEXTURIZADO MELON	XSA 14.00	14.00	0.00	0.00	1,182.74
00087	TEXTURIZADO SOLEADO	XSA 88.00	64.00	8.00	16.00	7,305.82
00088	TEXTURIZADO TRIGO	XSA 20.00	19.00	1.00	0.00	1,672.40
00089	PEGAPISO PEGADURO	XSA 660.00	502.00	1.00	157.00	47,818.94
00090	PEGAZULEJO PEGADURO	XSA 190.00	145.00	22.00	23.00	14,215.48
00091	VITRODURO BLANCO PEGAD	XSA 78.00	49.00	0.00	29.00	10,206.92
00150	CAL	XSA 712.00	563.00	14.00	135.00	38,722.52
00152	YESO UNIBASICO	XSA 148.00	0.00	0.00	74.00	9,934.46
00154	MARMOLINA TIPO I	XSA 107.00	82.00	7.00	18.00	6,662.90
00155	MARMOLINA TIPO II	XSA 86.00	74.00	5.00	7.00	5,553.52
00156	UNIDOR 828	C 28.00	22.00	1.00	5.00	15,179.26
00157	UNIDOR 828	L 163.00	125.00	10.00	28.00	5,418.00
0199	PEGATEJA PEGADURO	B 150.00	150.00	0.00	0.00	13,836.00
298	PEGAPISO	PZA 100.00	76.00	0.00	24.00	6,069.00
299	CEMENTO MULTIPLAS	PZA 44.00	33.00	4.00	7.00	6,320.64
Total General		23,419.00	18,419.00	1,242.00	3,758.00	2,938,104.00

Código	Nombre (Producto)	Cantidad	Facturado	Devuelto	Pendiente	Total
CLASIFICACIÓN No.1 : PETREO						
00040	ARENA PARACHO VIAJE DE 14	4.00	4.00	0.00	0.00	10,862.04
00042	GRAVA DE PARACHO VIAJE 14	2.00	2.00	0.00	0.00	5,172.42
00047	ARENA DE TOREO VIAJE D 14	2.00	2.00	0.00	0.00	5,000.00
00053	ARENA PARACHO VIAJE 6 6	16.00	13.00	0.00	3.00	24,827.56
00060	ARENA DE TOREO VIAJE 6 6	5.00	3.50	0.00	1.50	8,498.26
00062	TRITURADA DE TOREO VIA 6	13.00	11.50	0.00	1.50	21,249.98
00066	ARENA PARACHO POR METR M3	463.00	360.50	10.00	93.50	148,960.00
00067	GRAVARENA PARACHO POR M3	133.00	97.00	5.00	31.00	44,749.92
00069	ARENA TOREO POR METRO M3	18.00	17.00	0.00	1.00	7,448.14
00070	GRAVARENA TOREO POR ME M3	10.00	6.00	2.00	2.00	3,491.40
00071	TRITURADA DE TOREO POR M3	150.00	119.00	7.50	24.50	54,917.76
00072	ARENA PARACHO POR BOTE B0	390.00	312.00	10.00	68.00	3,972.36
00073	GRAVARENA PARACHO POR B0	141.00	114.50	0.00	34.50	1,718.98
00077	TRITURADA DE TOREO PO B0	206.00	103.00	0.00	103.00	2,663.38
		=====	=====	=====	=====	=====
	Total General	1,563.00	1,165.00	34.50	363.50	343,532.21

AdminPAQ  
Moneda: Peso Mexicano

JORGE CABALLERO GUILLEN  
Reporte de Remisiones por Producto  
Del: 01/May/2018 al: 01/May/2019

Página: 1  
Fecha: 26/Jul/2019  
Hora: 12:36:45

Código	Nombre (Producto)	Cantidad	Facturado	Devuelto	Pendiente	Total
CLASIFICACIÓN No.1 : PREFABRICADOS						
00207	TABICON	PZA 670.00	220.00	0.00	450.00	3,176.73
00297	TABIMAX	PZA 4,000.00	0.00	0.00	4,000.00	23,491.38
95	TABIQUE	PZA 800.00	800.00	0.00	0.00	2,758.62
=====						
	Total General	5,470.00	1,020.00	0.00	4,450.00	29,426.73

Código	Nombre (Producto)		Cantidad	Facturado	Devuelto	Pendiente	Total
CLASIFICACIÓN No.1 : TUBERIA							
00034	SONOTUBO 20	PZA	12.00	10.00	2.00	0.00	1,096.55
00035	SONOTUBO 25	PZA	10.00	5.00	3.00	2.00	1,551.73
00036	SONOTUBO 30	PZA	14.00	9.00	0.00	5.00	3,005.17
00158	POLIDUCTO NEGRO 1/2	R	10.00	9.00	0.00	1.00	1,814.66
00159	POLIDUCTO NEGRO 3/4	R	18.00	11.50	1.00	1.50	4,506.03
00160	POLIDUCTO NARANJA 1/2	R	8.00	8.00	0.00	0.40	1,668.10
00161	POLIDUCTO NARANJA 3/4	R	4.00	4.00	0.00	0.00	1,014.65
00166	TUBO CPVC 1/2"	PZA	196.00	161.50	7.50	27.00	7,998.82
00167	TUBO CPVC 3/4"	PZA	179.00	161.00	6.50	11.50	11,943.02
00168	TUBO 6" PVC	PZA	49.00	43.00	0.00	6.00	14,534.50
00170	CODO 6" X 90° PVC	PZA	8.00	5.00	0.00	3.00	224.15
00171	COPLÉ 6" PVC	PZA	20.00	19.00	0.00	1.00	236.22
00175	TUBO 4" PVC	PZA	159.00	127.00	6.00	26.00	17,753.08
00176	CODO 4 " X 45° PVC	PZA	56.00	37.00	0.00	19.00	399.99
00177	CODO 4" X 90° PVC	PZA	236.00	183.00	2.00	51.00	1,753.36
00178	COPLÉ 4" PVC	PZA	116.00	98.00	3.00	15.00	485.32
00179	TEE 4" X 2" PVC	PZA	16.00	14.00	0.00	2.00	143.08
00180	TEE 4" X 4" PVC	PZA	94.00	73.00	3.00	18.00	843.89
00181	YEE 4" PVC	PZA	12.00	10.00	1.00	1.00	196.54
00182	TAPON 4" PVC	PZA	12.00	12.00	0.00	0.00	77.58
00183	TUBO 3" PVC	PZA	55.00	31.50	7.50	6.00	4,307.35
00184	CODO 3" X 45° PVC	PZA	16.00	16.00	0.00	0.00	75.86
00185	CODO 3" X 90° PVC	PZA	132.00	103.00	10.00	19.00	483.62
00186	COPLÉ 3" PVC	PZA	44.00	31.00	5.00	8.00	106.04
00187	TEE 3" X 3" PVC	PZA	6.00	4.00	2.00	0.00	27.59
00188	YEE 3" PVC	PZA	6.00	5.00	0.00	1.00	72.42
00190	TUBO 2" PVC	PZA	135.00	110.50	4.50	26.00	5,901.74
00191	CODO 2" X 45° PVC	PZA	88.00	64.00	0.00	24.00	189.20
00192	CODO 2" X 90° PVC	PZA	454.00	349.00	19.00	96.00	1,027.69
00193	COPLÉ 2" PVC	PZA	80.00	60.00	2.00	20.00	111.25
00194	TEE 2" PVC	PZA	38.00	33.00	1.00	4.00	120.70
00195	YEE 2" PVC	PZA	6.00	5.00	0.00	1.00	33.63
00196	TAPON 2" PVC	PZA	4.00	2.00	0.00	2.00	12.08
00197	REDUCCION 6" - 4" PVC	PZA	2.00	1.00	0.00	1.00	68.96
00198	REDUCCION 4" - 3" PVC	PZA	14.00	11.00	0.00	3.00	68.11
00199	REDUCCION 4"- 2" PVC	PZA	44.00	31.00	1.00	12.00	217.31
00200	REDUCCION 3" - 2" PVC	PZA	36.00	16.00	1.00	7.00	68.99
00205	TUBO 1" CPVC	PZA	8.00	5.00	0.00	3.00	758.61
175012066476	MANGUERA 1/2" REFORZAD M		80.00	40.00	0.00	40.00	284.48
45055	TUERCA UNION 1/2	PZA	10.00	9.00	0.00	1.00	51.74
750120665202	CONECTOR SENCILLO 1/2"	PZA	2.00	2.00	0.00	0.00	32.76
750120669246	VÁLVULA DE ESFERA DE L	PZA	6.00	5.00	0.00	1.00	147.41
750120669247	VALVULA DE ESFERA DE L	PZA	8.00	4.00	0.00	4.00	320.69
750120669252	VALVULA DE COMPUERTA L	PZA	4.00	2.00	0.00	1.00	181.04
750624062783	COPLÉ 1/2" CPVC	PZA	184.00	136.00	0.00	48.00	229.35
750624062784	COPLÉ 3/4" CPVC	PZA	176.00	161.00	0.00	15.00	370.66

750624062785	COPLE 1" CPVC	PZA	10.00	5.00	0.00	5.00	50.90
750624062787	TAPON 1/2" CPVC	PZA	100.00	85.00	2.00	13.00	274.56
750624062788	TAPON 3/4" CPVC	PZA	51.00	38.00	2.00	12.00	190.54
750624062791	ADAPTADOR MACHO 3/4" C	PZA	83.00	57.00	12.00	17.00	666.53
750624062792	ADAPTADOR MACHO DE 1"	PZA	2.00	2.00	0.00	0.00	13.00
750624062793	ADAPTADOR HEMBRA 1/2"	PZA	286.00	275.00	0.00	11.00	1,500.00

AdminPAQ

Moneda: Peso Mexicano

JORGE CABALLERO GUILLEN  
 Reporte de Remisiones por Producto  
 Del: 01/May/2018 al: 01/May/2019

Página: 2

Fecha: 26/Jul/2019

Hora: 12:23:47

Código	Nombre (Producto)	Cantidad	Facturado	Devuelto	Pendiente	Total	
CLASIFICACIÓN No.1 : TUBERIA							
750624062794	ADAPTADOR HEMBRA 3/4"	PZA	48.00	36.00	0.00	12.00	372.46
750624062802	CODO 1/2" X 90° CPVC	PZA	1,234.00	989.00	31.00	214.00	3,893.04
750624062803	CODO 3/4" X 90° CPVC	PZA	520.00	426.00	18.00	76.00	2,644.84
750624062804	CODO 1" CPVC	PZA	16.00	9.00	0.00	7.00	124.14
750624062806	CODO OREJA DE 1/2" CPV	PZA	224.00	215.00	2.00	7.00	2,042.20
750624062807	CODO 1/2" X 45° CPVC	PZA	18.00	12.00	0.00	6.00	68.98
750624062808	CODO 3/4" X 45° CPVC	PZA	8.00	4.00	0.00	4.00	41.38
750624062810	TEE 1/2" CPVC	PZA	164.00	174.00	10.00	80.00	824.18
750624062811	TEE 3/4" CPVC	PZA	234.00	186.00	20.00	28.00	1,534.48
750624062812	TEE 1" CPVC	PZA	14.00	12.00	0.00	2.00	138.80
750624062816	REDUCCION BUSHING 1/2"	PZA	258.00	207.00	4.00	47.00	677.72
750624062818	REDUCCION BUSHING DE 1	PZA	2.00	1.00	0.00	1.00	6.84
750624062820	TUERCA UNION 3/4	PZA	18.00	14.00	0.00	4.00	372.42
750624062821	TUERCA UNION 1" CPVC	PZA	8.00	0.00	0.00	4.00	197.94
750624062824	VALVULA DE ESFERA DE 1	PZA	2.00	2.00	0.00	0.00	151.72
Total General			6,273.00	5,001.00	189.00	1,083.40	188,543.82

Código	Nombre (Producto)	Cantidad	Facturado	Devuelto	Pendiente	Total
CLASIFICACIÓN No.1 : FERRETERIA						
00164	PEGAMENTO 1/4 PVC PZA	38.00	26.00	3.00	9.00	2,319.87
00165	PEGAMENTO 1/4 CPVC PZA	31.00	16.00	2.00	13.00	2,382.81
00201	BOTE SPOT 8 CM PZA	58.00	55.00	0.00	3.00	1,350.00
00202	BOTE SPOT 12 CM PZA	37.00	37.00	0.00	0.00	824.13
00203	BOTE SPOT 10 CM PZA	10.00	10.00	0.00	0.00	202.59
00209	NIPLE DE 1/X1 1/2 GALV	35.00	35.00	0.00	0.00	181.04
00217	CINCHOS DE PLASTICO 35	29.00	5.00	0.00	24.00	37.49
00299	BOTE SPOT MINI PZA	4.00	2.00	0.00	2.00	89.66
11752	CARRETILLA 5.5 FT,NEUM PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	961.21
11753	CARRETILLA 5 FT,NEUMAT PZA	3.00	1.00	0.00	2.00	2,745.70
11776	CARRETILLA 6 FT,NEUMAT PZA	2.00	1.00	0.00	1.00	1,963.79
11915	LATA DE GAS VALVULA RO PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	37.93
175012066685	TUBO CORRUGADO FLEXIBL M	420.00	300.00	0.00	120.00	1,732.76
175012066685	TUBO CORRUGADO FLEXIBL M	375.00	200.00	100.00	75.00	2,122.86
18100	SEGUETA BIMETALICA PAR PZA	31.00	20.00	0.00	11.00	356.92
18101	SEGUETA BIMETALICA PAR PZA	11.00	7.00	0.00	4.00	132.77
204	BOTE INTEGRAL CHICO 8C PZA	11.00	11.00	0.00	0.00	256.04
275062406242	MALLA PLAFON DE ACERO R	20.00	20.00	0.00	0.00	9,431.03
45009	TAPA DE REGISTRO 3/4 PZA	23.00	13.00	0.00	10.00	127.58
45010	TAPA DE REGISTRO 1/2 PZA	23.00	16.00	0.00	7.00	112.06
45047	VALVULA BOLA DE CPVC ( PZA	14.00	7.00	0.00	7.00	340.49
45048	VALVULA BOLA DE CPVC ( PZA	13.00	9.00	0.00	4.00	537.94
46056	CABLE THHW-LS 12 AWG C M	765.00	55.00	200.00	510.00	5,944.17
46065	CABLE THHW-LS 14 AWG C M	300.00	0.00	100.00	200.00	1,525.86
48474	CABLE COAXIAL RG6/U M	80.00	0.00	0.00	80.00	379.31
710631904119	COPEL DE COMPRESION DE PZA	50.00	50.00	0.00	0.00	1,379.31
710631904126	COPEL DE COMPRESION DE PZA	50.00	50.00	0.00	0.00	1,853.45
750120660220	ARCO DE SOLERA PARA SE PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	59.48
750120660315	LIJA DE ESMERIL, GRANO PZA	11.00	4.00	0.00	7.00	202.57
750120660316	LIJA DE ESMERIL, GRANO PZA	8.00	4.00	0.00	4.00	124.99
750120660317	LIJA DE ESMERIL, GRANO PZA	16.00	7.00	0.00	9.00	210.32
750120660318	LIJA DE ESMERIL ROJA, PZA	19.00	8.00	0.00	11.00	224.98
750120660326	LIJA DE ROLLO PARA PLO M	24.00	10.00	1.50	12.50	206.88
750120661091	MINI PISTOLA DE GRAVED PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	163.79
750120661120	PINTURA EN AEROSOL MET PZA	4.00	2.00	0.00	2.00	205.17
750120661135	PINTURA EN AEROSOL MET PZA	2.00	2.00	0.00	0.00	108.62
750120661136	PINTURA EN AEROSOL FLU PZA	1.00	0.00	1.00	0.00	44.83
750120661138	PINTURA EN AEROSOL FLU PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	30.17
750120661161	PIEDRA PARA GUADANA 22 PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	36.21
750120661163	PIEDRA PARA ASENTAR ( PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	100.00
750120661189	CEPILLO PARA PINTOR SE PZA	3.00	1.00	0.00	2.00	152.58
750120661232	T-460-22P MACHETE PULI PZA	3.00	0.00	0.00	3.00	191.38
750120661271	PALA T-2000 IRRIGACION PZA	3.00	3.00	0.00	0.00	504.31
750120661359	HILO REDONDO PARA DESB PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	368.10
750120661367	HILO REDONDO PARA DESB R	2.00	2.00	0.00	0.00	1,232.76
750120661655	ELECTRODO 6013 DE 1/8 KGM	4.00	0.00	0.00	4.00	231.04

750120661897	PINZA DE PUNTA Y CORTE PZA	2.00	2.00	0.00	0.00	291.38
750120662056	MA-16 MARTILLO UNA CUR PZA	5.00	3.00	1.00	1.00	396.55
750120662072	STD-22 SERRUCHO DORADO PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	76.72
750120662223	DISCO PARA CORTE DE ME PZA	8.00	4.00	3.00	1.00	606.88
750120662277	LIJA DE AGUA GRANO 100 PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	12.93
750120662557	AMARRADOR DE VARILLAS PZA	4.00	4.00	0.00	0.00	428.45

AdminPAQ

Página: 2

Moneda: Peso Mexicano

JORGE CABALLERO GUILLEN

Fecha: 26/Jul/2019

Reporte de Remisiones por Producto

Hora: 12:38:34

Del: 01/May/2018 al: 01/May/2019

Código	Nombre (Producto)	Cantidad	Facturado	Devuelto	Pendiente	Total
CLASIFICACIÓN No.1 : FERRETERIA						
750120662834	SOBRELENTE DE SEGURIDA PZA	9.00	9.00	0.00	0.00	349.14
750120662851	SEPARADORES DE LOSETA KIT	1.00	0.00	0.00	1.00	25.00
750120662932	FLOTA DE ESPONJA 9-1/2 PZA	6.00	3.00	1.00	2.00	474.14
750120663032	MARRO OCTAGONAL 4 LBS PZA	2.00	0.00	1.00	1.00	336.20
750120663042	NIVEL 24 PZA	3.00	2.00	0.00	1.00	323.27
750120663051	PALA T-2000 CUADRADA P PZA	4.00	1.00	0.00	3.00	574.14
750120663096	CUCHARA PARA ALBAÑIL T PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	116.38
750120663113	PINTURA EN AEROSOL CRO	1.00	1.00	0.00	2.00	38.79
750120663190	LLANA MANGO MADERA 11" PZA	4.00	4.00	0.00	0.00	373.26
750120663191	LLANA MANGO MADERA DEN PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	77.59
750120663213	GRIFA DE DOS BOCAS DE PZA	3.00	3.00	0.00	0.00	353.45
750120663249	CUCHARA PARA ALBAÑIL, PZA	2.00	1.00	0.00	1.00	86.20
750120663251	CUCHARA PARA ALBAÑIL T PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	57.76
750120663252	CUCHARA PARA ALBAÑIL T PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	55.17
750120663253	CUCHARA PARA ALBAÑIL T PZA	4.00	2.00	1.00	1.00	186.20
750120663340	JUEGO DE 4 CUNAS, MANG J	5.00	3.00	0.00	2.00	127.57
750120663378	FLOTA ESPONJA 9- 1/2 E PZA	3.00	2.00	0.00	1.00	261.20
750120663434	ESPATULA 3 , FLEXIBLE PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	18.96
750120663435	ESPATULA 4 , FLEXIBLE PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	22.41
750120663447	BROCA PARA CONCRETO 1/ PZA	12.00	12.00	0.00	0.00	105.18
750120663448	BROCA PARA CONCRETO 1/ PZA	10.00	10.00	0.00	0.00	94.83
750120663449	BROCA PARA CONCRETO 1/ PZA	5.00	0.00	2.00	3.00	96.55
750120663453	BROCA PARA CONCRETO 3/ PZA	10.00	0.00	0.00	30.00	155.17
750120663454	BROCA PARA CONCRETO 3/ PZA	9.00	3.00	1.00	5.00	232.75
750120663455	BROCA PARA CONCRETO 3/ PZA	2.00	1.00	1.00	0.00	72.42
750120663457	BROCA PARA CONCRETO 1/ PZA	2.00	1.00	0.00	1.00	108.62
750120663458	BROCA PARA CONCRETO 5/ PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	64.65
750120663465	BROCA PARA CONCRETO 1 PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	213.79
750120663495	SUJETADORES CON MATRAC PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	378.45
750120663587	JUEGO DE AUTOCLE 3/8 3 KIT	1.00	0.00	0.00	1.00	1,594.83
750120663975	DISCO LAMINADO 4-1/2"G PZA	13.00	8.00	0.00	5.00	918.97
750120664002	CINTA DE EMPAQUE TRANS PZA	4.00	3.00	0.00	1.00	58.60
750120664003	CINTA DE EMPAQUE CANEL PZA	12.00	7.00	0.00	5.00	175.81
750120664051	ARCO PROFECIONAL TUBUL PZA	3.00	3.00	0.00	0.00	483.63
750120664167	CINTA TEFLON 1/2" PZA	66.00	20.00	4.00	42.00	206.93
750120664168	CINTA TEFLON 3/4 PZA	182.00	160.00	0.00	22.00	924.12
750120664171	CINTA DE EMPAQUE CANEL PZA	6.00	4.00	0.00	2.00	215.50
750120664172	CINTA DE EMPAQUE TRASP PZA	5.00	0.00	0.00	5.00	171.55
750120664306	PALA T-2000 CARBONERA, PZA	3.00	1.00	0.00	2.00	609.49
750120664491	CINTA DE AISLAR #33 ,1 PZA	62.00	20.00	2.00	40.00	889.27

750120664593	BROCA DE ALTA VELOCIDA PZA	3.00	2.00	0.00	1.00	34.92
750120664595	BROCA DE ALTA VELOCIDA PZA	6.00	2.00	0.00	4.00	64.67
750120664596	BROCA DE ALTA VELOCIDA PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	12.93
750120664597	BROCA DE ALTA VELOCIDA PZA	11.00	3.00	0.00	8.00	137.92
750120664598	BROCA DE ALTA VELOCIDA PZA	3.00	0.00	0.00	3.00	51.72
750120664599	BROCA DE ALTA VELOCIDA PZA	12.00	4.00	0.00	8.00	227.56
750120664603	BROCA DE ALTA VELOCIDA PZA	2.00	1.00	0.00	1.00	60.34
750120664606	BROCA DE ALTA VELOCIDA PZA	3.00	0.00	0.00	3.00	212.07
750120664684	CINTA DE AISLAR #33, 1 PZA	6.00	2.00	1.00	3.00	90.54
750120664685	CINTA DE AISLAR #33, 1 PZA	3.00	3.00	0.00	0.00	40.95
750120664686	CINTA DE AISLAR #33, 1 PZA	17.00	0.00	1.00	16.00	247.86
750120664687	CINTA DE AISLAR #33, 1 PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	15.09

AdminPAQ

Página: 3

Moneda: Peso Mexicano

JORGE CABALLERO GUILLEN

Fecha: 26/Jul/2019

Reporte de Remisiones por Producto

Hora: 12:38:34

Del: 01/May/2018 al: 01/May/2019

Código	Nombre (Producto)	Cantidad	Facturado	Devuelto	Pendiente	Total
CLASIFICACIÓN No.1 : FERRETERIA						
750120664688	CINTA DE AISLAR #33, 1 PZA	17.00	2.00	1.00	14.00	243.54
750120665045	SILICON ANTI-HONGO TRA PZA	17.00	7.00	0.00	10.00	889.67
750120665049	SILICON ANTI-HONGO BLA PZA	12.00	5.00	0.00	7.00	579.31
750120665187	CANDADO DE LATON 30MM PZA	2.00	2.00	0.00	0.00	112.07
750120665489	FAJA CON TIRANTES Y TE PZA	7.00	0.00	0.00	7.00	1,502.59
750120665490	FAJA CON TIRANTES Y TE PZA	12.00	0.00	0.00	12.00	2,575.86
750120665492	DISCO DE CORTE EXTRA F PZA	259.00	174.00	1.00	84.00	4,250.68
750120665647	INTERRUPTOR TERMOMAGNE PZA	12.00	1.00	6.00	5.00	755.16
750120665648	INTERRUPTOR TERMOMAGNE PZA	18.00	2.00	4.00	12.00	1,098.26
750120665649	INTERRUPTOR TERMOMAGNE PZA	16.00	10.00	0.00	6.00	944.81
750120665718	DISCO DE DIAMANTE 7" P PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	202.59
750120665719	DISCO DIAMANTE PZA	4.00	0.00	1.00	3.00	282.76
750120665838	PORTALAMPARA DE PORCEL PZA	13.00	0.00	0.00	13.00	268.97
750120665850	CLAVIJA INDUSTRIAL REF PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	14.22
750120665854	INTERRUPTOR DE SOBREPO PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	19.83
750120665858	CONTACTO DE SOBREPONER PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	19.83
750120665860	COI-A CONTACTO BLINDAD PZA	3.00	0.00	0.00	3.00	59.48
750120665868	CLI-A CLAVIJA BLINDADA PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	31.04
750120665949	ABRAZADERA DE TUBO TIP PZA	12.90	2.90	1.00	9.00	84.04
750120665953	ABRAZADERA DE TUBO TIP PZA	0.10	0.10	0.00	0.00	1.90
750120666067	PICA-E PISTOLA CALAFAT PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	50.00
750120666236	CENTRO DE CARGA EMPOTR PZA	10.00	8.00	0.00	2.00	1,349.14
750120666238	CENTRO DE CARGA EMPOTR PZA	3.00	0.00	1.00	2.00	525.00
750120666340	FOCO 15W, ESPIRAL, T4 PZA	4.00	0.00	0.00	4.00	144.83
750120666349	EXTENCION ELECTRICA DO PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	23.28
750120666352	EXTENCION ELECTRICA DO PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	30.17
750120666355	EXTENCION ELECTRICA DO PZA	5.00	3.00	0.00	2.00	193.96
750120666361	EXTENSION ELECTRICA DO PZA	4.00	4.00	0.00	0.00	234.48
750120666367	EXTENSION ELECTRICA DO PZA	5.00	4.00	0.00	1.00	452.59
750120666376	EXTENCION ELECTRICA US PZA	3.00	2.00	0.00	1.00	462.93
750120666377	EXTENCION ELECTRICA US PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	406.90
750120666378	EXTENCION ELECTRICA US PZA	2.00	1.00	0.00	1.00	529.31
750120666791	CEPILLO DE ALAMBRE, CE PZA	4.00	1.00	0.00	3.00	112.06
750120666875	CONECTOR SENCILLO 182" PZA	10.00	7.00	0.00	3.00	201.74

750120667179	LENTE DE SEGURIDAD AJU PZA	2.00	2.00	0.00	0.00	62.07
750120667311	GUANTES CARNAZA/ LONET P	7.00	2.00	0.00	5.00	625.87
750120667312	GUANTE DE CARNAZA Y LO P	5.00	3.00	0.00	2.00	418.10
750120667390	BANDA DE PLASTICO PREC PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	270.69
750120667492	BROCHA CON MANGO DE PL PZA	14.00	10.00	0.00	4.00	94.83
750120667493	BROCHA CON MANGO DE PL PZA	15.00	9.00	0.00	6.00	148.25
750120667494	BROCHA CON MANGO DE PP PZA	27.00	13.00	1.00	13.00	325.89
750120667495	BROCHA CON MANGO DE PL PZA	9.00	1.00	0.00	8.00	131.88
750120667496	BROCHA CON MANGO DE PL PZA	8.00	8.00	0.00	0.00	162.07
750120667497	BROCHA CON MANGO DE PL PZA	10.00	8.00	0.00	2.00	293.10
750120667498	BROCHA CON MANGO DE PL PZA	4.00	2.00	0.00	2.00	165.52
750120667502	FLOTA SPONJA 12 ESPESO PZA	3.00	1.00	0.00	2.00	271.54
750120667641	TOPE PARA PUERTA TIPO PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	67.24
750120667692	BROCHA CON MANGO DE PL PZA	3.00	2.00	0.00	1.00	13.79
750120667725	CABLE THHW-LS 8 AWG CO M	68.00	13.00	0.00	55.00	1,193.48
750120667727	CABLE THHW-LS 12 AWG C M	643.00	100.00	200.00	343.00	5,152.80
750120667728	CABLE THHW-LS 14 AWG C M	301.00	1.00	100.00	200.00	2,077.58
750120667729	CABLE THHW-LS 8 AWG CO M	12.00	12.00	0.00	0.00	191.45

AdminPAQ

Página: 4

Moneda: Peso Mexicano

JORGE CABALLERO GUILLEN

Fecha: 26/Jul/2019

Reporte de Remisiones por Producto

Hora: 12:38:34

Del: 01/May/2018 al: 01/May/2019

Código	Nombre (Producto)	Cantidad	Facturado	Devuelto	Pendiente	Total
CLASIFICACIÓN No.1 : FERRETERIA						
750120667730	CABLE THHW-LS 10 AWG C M	18.00	10.00	0.00	8.00	263.79
750120667751	LENTE DE SEGURIDAD COL PZA	51.00	1.00	0.00	50.00	1,278.45
750120667752	LENTE DE SEGURIDAD NEG PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	28.45
750120667848	CABLE THHW-LS 12 AWG C M	200.00	100.00	0.00	100.00	2,025.86
750120667849	CABLE THHW-LS 14AWG CO M	450.00	0.00	100.00	350.00	2,282.32
750120667850	CABLE THHW-LS 8 AWG CO M	23.00	21.00	0.00	2.00	419.18
750120667853	CABLE THHW-LS 10 AWG C M	1.00	0.00	0.00	1.00	12.07
750120667916	CINTA MASKING TAPE, 1/ PZA	5.00	3.00	0.00	2.00	64.65
750120667917	CINTA MASKING TAPE ,3/ PZA	4.00	2.00	0.00	2.00	78.45
750120667918	CINTA MASKING TAPE , 1 PZA	11.00	8.00	0.00	3.00	279.31
750120667919	CINTA MASKING TAPE 1 1	7.00	6.00	0.00	1.00	253.46
750120668186	FLEXÓMETRO PRO-LOCK 5M PZA	4.00	2.00	1.00	1.00	349.15
750120668196	PINTURA EN AEROSOL NGR PZA	5.00	4.00	0.00	1.00	175.00
750120668205	GUANTES DE LATEX PARA P	3.00	2.00	0.00	1.00	56.88
750120668286	GUANTES DE CARNAZA UNI PZA	2.00	2.00	0.00	0.00	93.10
750120668302	GUANTES DE NEPREOPENO, P	6.00	6.00	0.00	0.00	455.17
750120668303	GUANTES PARA MANEJO DE P	18.00	13.00	3.00	2.00	1,112.07
750120668311	GUANTES LIMPIEZA MEDIA P	3.00	1.00	0.00	2.00	51.72
750120668346	CINCHO PLASTICO, 40 LB KIT	6.00	4.00	0.00	2.00	146.55
750120668350	PISTOLA CALAFATEADORA PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	142.24
750120668369	SELLADOR ACRILICO TRAN PZA	5.00	2.00	2.00	1.00	231.03
750120668383	CINCHO PLASTICO, 50 LB KIT	2.00	0.00	0.00	2.00	36.20
750120668385	CINCHO PLASTICO, 50 LB KIT	2.00	0.00	0.00	2.00	68.97
750120668394	CINCHOS PLASTICOS, 50 XFB	1.00	0.00	0.00	1.00	31.04
750120668399	CINCHOS DE COLOR NEGRO PZA	16.00	16.00	0.00	0.00	524.14
750120668401	TARJA 800X500 SOBRE PO PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	883.62
750120668456	JUEGO ACCESORIOS PARA J	3.00	1.00	0.00	2.00	2,043.10
750120668484	PINTURA EN AEROSOL MAR PZA	3.00	3.00	0.00	0.00	118.96

750120668485	PINTURA EN AEROSOL GRI PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	42.24
750120668486	PINTURA EN AEROSOL GRI PZA	4.00	0.00	0.00	4.00	168.96
750120668491	PINTURA EN AEROSOL TAB PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	42.24
750120668494	PINTURA EN AEROSOL PRI PZA	4.00	4.00	0.00	0.00	168.96
750120668496	PINTURA EN AEROSOL ROJ PZA	6.00	1.00	0.00	5.00	253.44
750120668498	PINTURA EN AEROSOL NEG PZA	4.00	1.00	0.00	3.00	156.89
750120668499	PINTURA EN AEROSOL BLA PZA	8.00	3.00	0.00	5.00	289.65
750120668500	PINTURA EN AEROSOL NEG PZA	11.00	9.00	0.00	2.00	392.24
750120668501	PINTURA EN AEROSOL BLA PZA	6.00	5.00	0.00	1.00	253.44
750120668503	PINTURA EN AEROSOL TRA PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	30.17
750120668505	PINTURA EN AEROSOL AZU PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	42.24
750120668530	PIJAS MULTIUSOS DE 8X1 PZA	5.00	4.00	0.00	1.00	167.25
750120668534	LIJA DE AGUA, GRANO 80 PZA	19.00	11.00	2.00	6.00	162.92
750120668535	LIJA DE AGUA, GRANO 10 PZA	5.00	5.00	0.00	0.00	38.80
750120668538	LIJA DE AGUA, GRANO 12 PZA	11.00	5.00	0.00	6.00	80.60
750120668539	LIJA DE AGUA, GRANO 15 PZA	32.00	29.00	0.00	3.00	163.80
750120668540	LIJA DE AGUA, GRANO 18 PZA	10.00	7.00	0.00	3.00	65.52
750120668541	LIJA DE AGUA, GRANO 22 PZA	19.00	9.00	0.00	10.00	132.32
750120668542	LIJA DE AGUA, GRANO 24 PZA	6.00	2.00	0.00	4.00	35.34
750120668543	LIJA DE AGUA, GRANO 28 PZA	13.00	8.00	0.00	5.00	93.53
750120668544	LIJA DE AGUA, GRANO 32 PZA	18.00	10.00	1.00	7.00	126.31
750120668545	LIJA DE AGUA, GRANO 36 PZA	4.00	3.00	0.00	1.00	29.31
750120668546	LIJA DE AGUA, GRANO 40 PZA	9.00	7.00	0.00	2.00	64.66
750120668547	LIJA DE AGUA, GRANO 50 PZA	4.00	3.00	0.00	1.00	28.44

AdminPAQ

Página: 5

Moneda: Peso Mexicano

JORGE CABALLERO GUILLEN

Fecha: 26/Jul/2019

Reporte de Remisiones por Producto

Hora: 12:38:34

Del: 01/May/2018 al: 01/May/2019

Código	Nombre (Producto)	Cantidad	Facturado	Devuelto	Pendiente	Total
CLASIFICACIÓN No.1 : FERRETERIA						
750120668548	LIJA DE AGUA, GRANO 60 PZA	4.00	1.00	0.00	3.00	28.45
750120668586	PINTURA EN AEROSOL PLA PZA	4.00	1.00	0.00	3.00	217.24
750120668587	PINTURA EN AEROSOL AZU PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	38.79
750120668593	TAQUETE DE EXPANSIÓN 1 PZA	4.00	0.00	0.00	4.00	34.05
750120668594	TAQUETE DE EXPANSIÓN 5 PZA	16.00	12.00	0.00	4.00	99.57
750120668615	DISCO DE DIAMANTE 7" C PZA	2.00	1.00	0.00	1.00	767.24
750120668628	CARTUCHO DE GAS BUTANO PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	37.93
750120668638	PIJAS DE ACERO PUNTA D PZA	2.00	1.00	1.00	0.00	181.04
750120668683	PIJA DE ACERO CON CAB PZA	55.00	55.00	0.00	0.00	31.77
750120668684	PIJAS PARA LAMINA #8, PZA	2.00	0.00	1.00	1.00	131.04
750120668685	PIJA DE ACERO # 8 X 2 PZA	194.00	194.00	0.00	0.00	60.00
750120668700	PIJA PARA LAMINA, #10 PZA	2.00	0.00	1.00	1.00	167.24
750120668747	MEZCLADORA LAVABO, MAN PZA	3.00	1.00	1.00	1.00	1,026.72
750120668810	GUANTE PREMIUM DE CARN P	2.00	1.00	0.00	1.00	203.44
750120668987	ACEITE MULTIUSOS, 90ML PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	44.83
750120669025	ARBORANTE FAROL SOPORT PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	280.17
750120669036	LENTE DE SEGURIDAD, TR PZA	6.00	6.00	0.00	0.00	248.28
750120669054	TIMBRE ALAMBRICO, 1 TO PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	111.21
750120669078	INTERRUPTOR 3 VIAS, TI PZA	101.00	0.00	50.00	51.00	2,263.79
750120669079	INTERRUPTOR SENCILLO, PZA	7.00	1.00	6.00	0.00	132.75
750120669080	PLACA 1 MODULO PZA	3.00	2.00	0.00	1.00	59.48
750120669081	PLACA DE ABS DE 2 MODU PZA	6.00	5.00	0.00	1.00	118.97

750120669082	PLACA 3 MODULOS DE ABC PZA	91.00	4.00	43.00	44.00	1,804.32
750120669085	INTERRUPTOR PARA TIMBR PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	19.83
750120669088	TOMA DE TELEFONO COLOR PZA	24.00	0.00	12.00	12.00	620.70
750120669089	TOMA DE TELEVISION COL PZA	24.00	0.00	12.00	12.00	455.18
750120669090	CONTACTO DUPLEX, 2 POL PZA	72.00	0.00	36.00	36.00	4,158.62
750120669092	CONTACTO SENCILLO, 2 P PZA	14.00	0.00	6.00	8.00	325.86
750120669105	LLANTA REFORZADA,16 CO PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	222.41
750120669181	BOTAS JARDINERAS DE PV P	4.00	1.00	3.00	0.00	548.28
750120669211	ACEITE AFLOJATODO EN A PZA	7.00	1.00	0.00	6.00	175.00
750120669377	CLAVO 2" CONCRETO POR KGM	17.00	10.00	2.00	5.00	774.10
750120669378	CLAVO 2 1/2" CONCRET KGM	89.00	45.00	3.00	43.00	3,858.51
750120669379	CLAVO 3" CONCRETO P KGM	10.00	9.00	0.00	1.00	427.58
750120669395	ABRAZADERA REFORZADA, PZA	21.80	0.80	1.00	20.00	240.60
750120669397	ABRAZADERA REFORZADA, XFB	13.10	1.10	0.00	12.00	162.60
750120669402	ABRAZADERA REFORZADA, XFB	3.10	2.10	0.00	1.00	37.41
750120669530	DISCO DE LIJA 4" CON R KIT	4.00	2.00	1.00	1.00	203.45
750120669574	LLAVE DE ESFERA, DE LA PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	62.07
750120669576	LLAVE DE NARIZ MANGUER PZA	9.00	8.00	0.00	1.00	408.62
750120669594	LLAVE ANGULAR DE LATON PZA	40.00	14.00	8.00	18.00	1,413.77
750120669596	LLAVE ANGULAR 1/2 X 1/ PZA	36.00	5.00	8.00	23.00	1,619.82
750120669600	GRAPA CURVA, 6 MM, BLA XFB	1.00	0.00	0.00	1.00	7.33
750120669601	GRAPA CURVA, 8 MM, BLA XFB	2.00	0.00	0.00	2.00	10.35
750120669602	GRAPA CURVA, 10 MM, BL XFB	1.00	0.00	0.00	1.00	6.04
750120669606	GRAPA PARA CABLE PLANO XFB	4.00	0.00	0.00	4.00	29.31
750120669607	GRAPA PARA CABLE PLANO XFB	2.00	0.00	0.00	2.00	14.65
750120669622	GUATES PARA JARDINERIA P	3.00	1.00	0.00	2.00	114.65
750120669623	GUANTES PARA JARDINERI P	5.00	1.00	0.00	4.00	224.14
750120669634	CAJA 4X4 CUADRADAS DE PZA	12.00	2.00	0.00	10.00	103.45
750120669635	CHALUPA DE PLASTICO PZA	10.00	0.00	0.00	10.00	64.65
750120669678	CONTACTO SOBREPONER DU PZA	8.00	0.00	0.00	8.00	186.21

AdminPAQ

Página: 6

Moneda: Peso Mexicano

JORGE CABALLERO GUILLEN

Fecha: 26/Jul/2019

Reporte de Remisiones por Producto

Hora: 12:38:34

Del: 01/May/2018 al: 01/May/2019

Código	Nombre (Producto)	Cantidad	Facturado	Devuelto	Pendiente	Total
CLASIFICACIÓN No.1 : FERRETERIA						
750120669680	INTERRUPTOR DE SOBREPO PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	15.95
750120669697	CLAVO STANDARD 2 1/2CO KGM	25.00	0.00	0.00	25.00	538.79
750120669722	MEZCLADORA LAVABO, MAN PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	343.96
750120669728	MEZCLADORA PARA FREGAD PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	409.48
750120669731	JUEGO 2 MANERALES PARA PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	291.38
750120669732	JUEGO DE MANERALES DE J	1.00	1.00	0.00	0.00	135.35
750120669735	REGADERA REDONDA, CABE PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	241.38
750120669736	REGADERA REDONDA CABEZ PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	135.35
750120669738	REGADERA CON BRAZO Y C PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	135.35
750120669793	CHALUPA ELECTRICA PZA	271.00	162.00	8.00	101.00	1,359.08
750120669794	REGISTRO ELECTRICO 3/4 PZA	156.00	108.00	11.00	37.00	1,232.80
750120669795	REGISTRO ELECTRICO 1/ PZA	82.00	44.00	12.00	26.00	462.51
750120669806	MANGUERA HULE 40CM ALU PZA	34.00	7.00	8.00	19.00	1,324.15
750120669807	MANGUERA FLEXIBLE DE A	2.00	0.00	0.00	2.00	89.65
750120669809	MANGUERA HULE 35CM ALU PZA	21.00	7.00	5.00	9.00	977.55
750120669811	MANGUERA FLEXIBLE DE A PZA	2.00	2.00	0.00	0.00	201.72

750120669831	JUEGO DE LLAVES DE EMP J	2.00	1.00	0.00	1.00	612.08
750120669856	CARTUCHO PARA RESPIRAD PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	18.96
750120669858	CARTUCHO DE REPUESTO P PZA	4.00	4.00	0.00	0.00	251.72
750120669869	CORTAPERNO 36", CUCHIL PZA	2.00	1.00	0.00	1.00	1,443.96
750120669885	CONECTOR MACHO TIPO "F KIT	10.00	0.00	5.00	5.00	73.28
750120669892	JUEGO COMPLETO DE ACCE J	2.00	0.00	0.00	2.00	218.96
750120669894	VALVULA DE LLENADO DE PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	98.28
750120669895	VALVULA DE DESCARGA DE PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	57.76
750120669896	SAPO DE PVC PARA TANQU PZA	6.00	0.00	3.00	3.00	67.24
750120669901	CONTRACANASTA DE PLAST PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	98.28
750120669915	CUELLO DE CERA CON GUI PZA	19.00	8.00	4.00	7.00	426.78
750120669916	CUELLO DE CERA SIN GUI PZA	6.00	4.00	0.00	2.00	124.14
750120669926	PALANCA CROMADA PARA W PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	22.41
750120669952	FOCO 28W ESPIRAL, T4 VO PZA	4.00	0.00	0.00	4.00	186.21
750120669959	CESPOL POLIPROPILENO, F PZA	12.00	6.00	2.00	4.00	458.60
750120669960	CESPOL POLIPROPILENO F PZA	5.00	0.00	3.00	2.00	231.90
750120669962	CESPOL POLIPROPILENO F PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	54.31
750120669984	PINTURA EN AEROSOL ROJ PZA	6.00	2.00	0.00	4.00	229.31
750126691465	MANGO DE REPUESTO PARA PZA	2.00	2.00	0.00	0.00	151.72
750174760164	TINACO ROTOPLAS DE 450 PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	1,275.86
750300532605	SELLADOR PARA TUBERIA PZA	50.00	50.00	0.00	0.00	2,068.96
750621065460	ACEITE MINERAL PARA MO PZA	4.00	3.00	0.00	1.00	231.04
750624060000	CABLE THHW-LS 8 AWG CO M	23.00	21.00	0.00	2.00	412.03
750624060001	CABLE THHW-LS 12 AWG C M	200.00	100.00	0.00	100.00	1,064.66
750624060004	CORDON DUPLEX FLEXIBLE M	100.00	100.00	0.00	0.00	978.45
750624060005	CORDON DUPLEX FLEXIBLE M	45.00	0.00	0.00	45.00	337.07
750624060029	JUEGO DE MANERALES DE P	1.00	1.00	0.00	0.00	135.35
750624060091	LIJA DE ESMERIL, GRANO PZA	6.00	2.00	0.00	4.00	90.51
750624060092	LIJA DE ESMERIL ROJA, PZA	9.00	3.00	0.00	6.00	102.58
750624060207	SELLADOR ACRILICO, 280 PZA	14.00	2.00	0.00	12.00	591.37
750624060208	SELLADOR ACRILICO, 280 PZA	5.00	3.00	0.00	2.00	222.42
750624060243	CABLE THHW-LS 10 AWG C M	10.00	10.00	0.00	0.00	146.55
750624060292	PIJA PARA WC (1 juego PZA	28.00	14.00	4.00	10.00	310.38
750624060293	TORNILLOS PARA WC(1jue PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	12.93
750624060600	MEZCLADORA PLASTICO LA PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	162.93
750624060601	MEZCLADORA PLASTICO LA PZA	2.00	0.00	1.00	1.00	301.72

AdminPAQ

Página: 7

Moneda: Peso Mexicano

JORGE CABALLERO GUILLEN

Fecha: 26/Jul/2019

Reporte de Remisiones por Producto

Hora: 12:38:34

Del: 01/May/2018 al: 01/May/2019

Código	Nombre (Producto)	Cantidad	Facturado	Devuelto	Pendiente	Total
CLASIFICACIÓN No.1 : FERRETERIA						
750624060624	BASE PARA WATTHORIMETR PZA	12.00	7.00	0.00	5.00	1,280.18
750624060666	SOPLETE CON MANGUERA P PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	405.17
750624060672	CONTACTO DUPLEX, 2 POL PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	57.76
750624060673	CONTACTO SENCILLO 2 PO PZA	35.00	30.00	0.00	5.00	811.21
750624060674	INTERRUPTOR SENCILLO B PZA	14.00	4.00	1.00	9.00	265.49
750624060675	PLACA DE ABS DE 2 MODU PZA	15.00	10.00	1.00	4.00	283.63
750624060676	PLACA DE ABS DE 1 MODU PZA	6.00	6.00	0.00	0.00	118.97
750624060678	PLACA 3 MODULOS DE ABS PZA	3.00	3.00	0.00	0.00	59.48
750624060679	INTERRUPTORE 3 VIAS BL PZA	18.00	7.00	0.00	11.00	403.44
750624060683	TOMA DE TELEVISION LIN PZA	4.00	0.00	0.00	4.00	75.86

750624060800	LLAVE DE JARDIN DE LAT PZA	8.00	5.00	0.00	3.00	292.23
750624060828	VALVULA PARA FLOTADOR PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	99.14
750624060924	MEZCLADORA PLASTACA PA PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	325.86
750624060954	COLGANTE FAROL, NEGRO PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	435.35
750624061017	CLAVO 2" ESTANDAR POR KGM	21.00	11.00	1.00	9.00	704.29
750624061018	CLAVO 2 1/2 " ESTANDA KGM	340.00	194.00	17.00	131.00	10,553.37
750624061019	CLAVO 3" ESTANDAR POR KGM	78.00	66.00	0.00	27.00	2,391.34
750624061035	CORDON DUPLEX 12 AWG P M	100.00	0.00	0.00	100.00	1,982.76
750624061140	REGADERA REDONDA,PLATI PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	316.38
750624061141	REGADERA CUADRADA, PLA PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	383.62
750624061178	FLOTADOR CON VARILLA PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	44.83
750624061265	MEZCLADORA FREGADERO M PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	361.21
750624061267	MEZCLADORA FREGADERO, PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	471.55
750624061322	MODULO CIEGO BLANCO PZA	20.00	0.00	0.00	20.00	129.31
750624061324	TAPON CIEGO, COLOR MAR PZA	40.00	0.00	20.00	20.00	155.18
750624061325	PLACA CON CHASIS CIEGA PZA	24.00	0.00	0.00	24.00	475.86
750624061359	FLEXOMETRO 5.5M CINTA PZA	15.00	4.00	0.00	11.00	887.99
750624061360	TAPA PARA COLADERA, 5 P	1.00	1.00	0.00	0.00	32.76
750624061365	PPVC-50 PEGAMENTO PARA PZA	3.00	1.00	0.00	2.00	67.23
750624061366	PEGAMENTO PARA PVC, BO PZA	3.00	1.00	0.00	2.00	134.49
750624061368	PEGAMENTO PARA PCV, BO PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	232.76
750624061369	PCPVC-50 PEGAMENTO PAR PZA	11.00	6.00	1.00	4.00	284.46
750624061370	PEGAMENTO PARA CPVC BO PZA	6.00	2.00	1.00	3.00	268.98
750624061371	PEGAMENTO PARA CPVC, B PZA	8.00	3.00	0.00	5.00	441.37
750624061374	PEGAMENTO PARA PVC, BO PZA	3.00	0.00	0.00	3.00	100.00
750624061605	JUEGO 2 LLAVES DE EMPO J	1.00	0.00	0.00	1.00	280.17
750624061606	JUEGO DE LLAVES PARA E J	4.00	3.00	0.00	1.00	1,189.64
750624061754	CLI-B CLAVIJA INDUSTRI PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	15.52
750624061819	PORTA LAMPARA DE ABS I PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	9.05
750624061880	CLAVIJA DE HULE REDOND P	1.00	0.00	0.00	1.00	18.96
750624062027	ESEX-300 ESPUMA EXPANS PZA	8.00	4.00	0.00	4.00	686.22
750624062028	ESPUMA EXPANSIVA, 500 PZA	11.00	6.00	0.00	5.00	1,280.18
750624062122	FAJA CON TIRANTES Y TE PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	214.65
750624062124	FAJA CON TIRANTES Y TE PZA	5.00	0.00	0.00	5.00	1,073.28
750624062137	EMPOTRADO, DIRIGIBLE, PZA	2.00	2.00	0.00	0.00	167.24
750624062173	GRASA DE LITIO PARA CH PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	34.48
750624062195	EMPAQUE DE HULE TIPO C PZA	13.00	1.00	3.00	9.00	91.39
750624062199	PINZA PORTA ELECTRODO PZA	2.00	1.00	0.00	1.00	250.00
750624062309	BOTE INTEGRAL DE 8 CM PZA	20.00	0.00	10.00	10.00	379.30
750624062388	DISCO CORTE METAL TIPO PZA	3.00	0.00	0.00	3.00	188.79
750624062454	BOMBA DESTAPACANOS, 6 PZA	7.00	3.00	2.00	2.00	231.04
750624062463	DISCO ABRASIVO 7" PZA	8.00	2.00	2.00	4.00	224.14

AdminPAQ

Moneda: Peso Mexicano

JORGE CABALLERO GUILLEN

Página: 8

Fecha: 26/Jul/2019

Reporte de Remisiones por Producto

Hora: 12:38:34

Del: 01/May/2018 al: 01/May/2019

Código	Nombre (Producto)	Cantidad	Facturado	Devuelto	Pendiente	Total
CLASIFICACIÓN No.1 : FERRETERIA						
750624062466	LIJA DE AGUA GRANO 60 PZA	9.00	9.00	0.00	1.00	116.37
750624062467	LIJA DE AGUA GRANO 150 PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	22.41
750624062468	LIJA DE AGUA GRANO 200 PZA	4.00	2.00	0.00	2.00	43.96
750624062512	MANERALES PARA REGADER KIT	1.00	0.00	0.00	1.00	212.93

750624062583	ESMERILADORA ANGULAR 4 PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	306.04
750624062629	LAMPARA EMPOTRADO REDO PZA	12.00	6.00	6.00	0.00	1,934.48
750624062719	NIPLE GALVANIZADO DE 1	100.00	100.00	0.00	0.00	991.38
750624062721	NIPLE GALVANIZADO DE 1 PZA	100.00	100.00	0.00	0.00	517.24
750624062790	ADAPTADOR MACHO 1/2" C PZA	75.00	44.00	1.00	30.00	368.99
750624062930	CESPOL POLIPROPILENO C PZA	3.00	0.00	0.00	3.00	331.90
750624062947	COLADERA UNIVERSAL REG PZA	31.00	14.00	0.00	17.00	1,852.56
750624063053	ASIENTO ECONOMICO PARA PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	109.48
750624063079	DES-63 DESBROZAADORA A PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	4,310.35
750624063485	PLACA DE ABS DE 1 MODU PZA	12.00	0.00	0.00	12.00	279.31
750624063486	PLACA DE ABS DE 2 MODU PZA	7.00	0.00	0.00	7.00	162.93
750624063535	ESTO-1B ESTOPA 80% ALG KGM	2.00	1.00	1.00	0.00	93.10
750624063536	ESTO-1C ESTOPA 100% AL KGM	6.00	0.00	3.00	3.00	253.44
750624063556	HILO para pesca ROLLO PZA	35.00	12.00	1.00	22.00	1,134.47
750624063638	CEPILLO DE PLASTICO, K PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	18.10
750624063639	CEPILLO DE PLASTICO GR PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	10.35
750624063640	CEPILLO DE PLASTICO TI PZA	3.00	0.00	0.00	3.00	33.62
750624063642	CEPILLO DE PLASTICO TI PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	10.35
750624063643	RECO-9 RECOGEDOR DE PL PZA	2.00	2.00	0.00	0.00	24.14
750624063644	RECO-11B RECOGEDOR DE PZA	14.00	6.00	1.00	7.00	378.49
750624063645	CEPILLO SANITARIO DE P PZA	8.00	5.00	0.00	3.00	200.00
750624063689	CEPI-40 CEPILLO PLASTI PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	58.62
750624063693	ESCOBA DE VINILO TIPO PZA	11.00	7.00	1.00	3.00	424.95
750624063696	ESCOBA VINILO TIPO CEP PZA	27.00	20.00	0.00	7.00	1,130.14
750624063697	TRAPEADOR TIPO MECHUDO PZA	4.00	1.00	1.00	2.00	158.60
750624063710	ABHU-300 ABSORBEDOR DE PZA	6.00	2.00	0.00	4.00	200.00
750624063753	PLAFON REDONDO MODERNO PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	168.10
750624063815	CALENTADOR SOLAR DE AG PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	5,129.31
750624063840	FRANELA ROJA M	5.00	3.00	0.00	2.00	62.93
750624063841	FRANELA GRIS M	8.00	6.00	0.00	2.00	97.42
750624063842	FRANELA BLANCA M	6.00	5.00	0.00	1.00	74.14
750624063848	LAMPARA DE LED MR16 12 PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	84.48
750624063880	HILO PARA DESBROZADORA PZA	2.00	1.00	0.00	1.00	79.31
750624063881	HILO PARA DESBROZADORA PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	41.38
750624063922	JERGA ROJA M	2.00	2.00	0.00	0.00	30.17
750624063923	JERGA AZUL M	6.50	4.50	0.00	2.00	92.84
750624063933	BASCULA MECANICA CON C PZA	2.00	1.00	0.00	1.00	1,387.92
750624063960	COMA- 3/4 COLADERA DE PZA	4.00	0.00	2.00	2.00	120.70
750624063980	ROTO-3/8PA ROTOMARTILL PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	306.04
750624064261	FIB-96K FIBRA ABRASIVA PZA	13.00	4.00	2.00	7.00	156.91
750624064411	GUANTES LIMPIEZA, NITR P	5.00	1.00	0.00	4.00	159.47
750624064412	GUANTES DE NITRILO GRA PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	38.79
750624064415	CONTACTO DUPLEX 2 POLO PZA	8.00	0.00	0.00	8.00	106.90
750624064522	RODILLO PINTAR,FELPA 9 PZA	11.00	4.00	0.00	7.00	341.39
750624064523	RODILLO PINTAR,FELPA 9 PZA	3.00	0.00	0.00	3.00	98.28
750624064524	RODILLO PINTAR,FELPA 9 PZA	5.00	1.00	0.00	4.00	168.10
750624064525	RODILLO PINTAR ,FELPA PZA	11.00	8.00	0.00	3.00	393.11
750624064526	RODILLO PINTAR,FELPA 9 PZA	9.00	9.00	0.00	0.00	323.27

AdminPAQ

Moneda: Peso Mexicano

JORGE CABALLERO GUILLEN  
 Reporte de Remisiones por Producto  
 Del: 01/May/2018 al: 01/May/2019

Página: 9

Fecha: 26/Jul/2019

Hora: 12:38:34

Código	Nombre (Producto)	Cantidad	Facturado	Devuelto	Pendiente	Total
--------	-------------------	----------	-----------	----------	-----------	-------

CLASIFICACIÓN No.1 : FERRETERIA

750624064550	LAMPARA DE LED, A19 6W PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	62.07
750624064552	LAMPARA LED, BULBO EST PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	84.48
750624064554	LAMPARA DE LED A19, 12 PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	106.90
750624064557	MULTIPACK DE 4 LAMPARA PZA	12.00	0.00	0.00	12.00	341.38
750624064612	TIJERA PARA PODA 8 1/2 PZA	1.00	1.00	0.00	0.00	75.86
750624064631	JUEGO 13 LLAVES ALLEN PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	109.48
750624064632	JUEGO DE LLAVES ALLEN PZA	2.00	2.00	0.00	0.00	176.73
750624064644	TA-48B TARJA PARA EMPO PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	765.52
750624064678	CONTACTO DE SOBREPONER PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	31.90
750624064679	INTERRUPTOR DE SOBREPO PZA	6.00	0.00	0.00	6.00	51.72
750624064686	KIT DE INSTALACION PAR KIT	2.00	0.00	0.00	2.00	615.52
750624064844	ESMERILADORA ANGULAR 4	1.00	0.00	0.00	1.00	818.10
750624065000	PLACA DE ABS DE 2 MODU PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	46.55
750624065004	TARJA DE 120X50X15 EMP PZA	70.00	69.00	0.00	1.00	123,706.80
750624065077	CINTA DE AISLAR, N 33, PZA	11.00	4.00	0.00	7.00	101.72
750624065170	TRAPEADOR TIPO MECHUDO PZA	5.00	4.00	0.00	1.00	224.14
750624065189	KIT DE INSTALACION PAR PZA	3.00	2.00	0.00	1.00	557.75
750624065191	HIDROLAVADORA ELECTRIC PZA	150.00	149.00	0.00	1.00	561,750.00
750624065198	ATO-50 ATOMIZADOR DE 1 PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	15.52
750624065288	MEZCLADORA PLASTICA FR PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	228.45
750624065298	LAMPARA LED, BULBO EST PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	141.38
750624065377	MIC-40 TOALLA DE MICRO PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	23.28
750624065425	TRAPEADOR POLICLEAN AM PZA	2.00	1.00	0.00	1.00	132.76
750624065432	PLAFON REDONDO DECORAT PZA	2.00	0.00	0.00	2.00	291.38
750624065434	PLAFON REDONDO, DECORA PZA	100.00	100.00	0.00	0.00	50,000.00
750624065435	PLAFON REDONDO, DECORA PZA	100.00	100.00	0.00	0.00	50,000.00
750624065500	AMU-24 ACEITE ROJO PAR PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	36.21
750624065863	CONTACTO DUPLEX 2 POLO PZA	12.00	0.00	12.00	0.00	703.45
750624206136	PEGAMENTO PARA PVC, BO PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	62.93
750624262720	NIPLA GALVANIZADO DE 1 PZA	100.00	100.00	0.00	0.00	862.07
750624629337	CESPOL POLIPROPILENO F PZA	1.00	0.00	0.00	1.00	41.38
750662406506	MINI SOLDADURA 50/50 P M	4.00	2.00	2.00	0.00	134.48
		=====	=====	=====	=====	=====
	Total General	9,975.50	4,441.50	1,204.50	4,371.50	1,003,818.25

Código	Nombre (Producto)	Cantidad	Facturado	Devuelto	Pendiente	Total
CLASIFICACIÓN No.1 : ACEROS						
00010	VARILLA 3/8	PZA 5,622.00	3,865.00	359.00	1,430.00	605,226.13
00011	VARILLA 1/2	PZA 714.00	586.00	55.00	79.00	137,575.18
00012	VARILLA 3/4	PZA 16.00	8.00	8.00	0.00	6,662.08
00013	VARILLA 5/8	PZA 36.00	24.00	12.00	0.00	11,079.31
00015	ALAMBRE RECOCIDO	KGM 2,894.00	2,019.50	194.00	696.50	89,468.54
00016	ALAMBRO	KGM 1,053.50	959.50	89.00	5.00	25,462.50
00017	ANILLOS 10*17	KGM 2,128.00	1,367.00	148.00	631.00	58,722.48
00018	ANILLOS 10*20	KGM 921.00	716.00	83.00	122.00	23,413.52
00019	ANILLOS 10 X 25	KGM 989.00	811.00	112.00	66.00	27,475.88
00020	ANILLOS 20 X 20	KGM 507.00	418.00	23.00	66.00	14,399.14
00021	ANILLO MEDIDA ESPECIAL	KGM 929.50	881.50	0.00	48.00	27,161.64
00022	ARMEX 10*10	PZA 25.00	20.00	0.00	5.00	4,465.50
00023	ARMEX 10*15	PZA 239.00	133.00	3.00	103.00	43,657.99
00024	ARMEX 10*20	PZA 21.00	12.00	3.00	6.00	4,011.22
00025	ARMEX 10*25	PZA 25.00	7.00	2.00	16.00	4,134.49
00026	MALLA ELECTROSOLDADA 6	PZA 61.00	60.00	0.00	1.00	3,241.38
00027	MALLA ELECTROSOLDADA 6 M	PZA 44.00	14.00	14.00	16.00	3,522.42
=====						
	Total General	16,225.00	11,901.50	1,105.00	3,290.50	1,089,679.40