

UNIVERSIDAD CATÓLICA DESANTAMARIADEAREQUIPA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**“IMPLEMENTACION DE UN PLAN DE MARKETING ESTRATEGICO
PARA LA EMPRESA OMEGA TRACTORS SAC AÑO 2014”**

TESIS PRESENTADA POR LOS BACHILLERES:

MANZANEDA ROJAS, Marco Antonio

ZEVALLOS DELGADO, Dáygoro Paul

Para optar el Título Profesional de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

AREQUIPA - PERÚ

2014

DEDICATORIAS

Dedico esta tesis a Dios, por haberme dado la vida y permitirme llegar hasta este momento tan importante en mi formación profesional. A mis padres, por ser el pilar más importante, por su cariño y apoyo incondicional. A mis hermanos, que con sus consejos me han ayudado a afrontar los retos que se me han presentado a lo largo de mi vida. A mis abuelos por ser partícipes en mi formación como persona, por su amor y confianza. Finalmente a mi amigo Marco porque sin el ; este equipo no habiéramos logrado esta meta.

Daygoro P. Zevallos Delgado.

Dedico esta tesis a mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

A mi hermano por estar siempre presente, acompañándome y quien ha sido y es una motivación, inspiración y finalmente a mi amigo Daygoro por acompañarme a dar este paso tan importante.

Marco A. Manzaneda Rojas

INTRODUCCION

El marketing es la función comercial, que identifica las necesidades y deseos de los clientes, determina los mercados meta la atender mejor la organización u diseñas productos y servicios y programas apropiados para atender estos mercados.

Es por esta razón que todas las empresas deben de tener en cuenta el marketing pues es un herramienta que permite que cada se pueda desenvolver en un medio competitivo.

El marketing estratégico nos permite identificar la evolución de los mercados, productos y segmentos actuales o potenciales para orientar la empresa hacia las oportunidades que se le presentan.

La función del marketing estratégico orienta la empresa hacia oportunidades económicas atractivas en función de sus capacidades, recursos y el entorno competitivo y que ofrecen un potencial de crecimiento y rentabilidad.

La gestión del marketing estratégico se sitúa en medio y largo plazo , definiendo los objetivos , elaborando una estrategia de desarrollo y manteniendo una estructura equilibrada de la cartera de productos.

El marketing estratégico interviene activamente en la orientación y formulación de estrategias de la empresa. Facilita información sobre la evolución de la demanda, la segmentación de mercado, las posiciones competitivas, y la existencia de oportunidades y amenazas. Igualmente, analiza las capacidades y recursos para adaptar la empresa al entorno y situarla en una posición de ventaja competitiva sostenible.

RESUMEN

La presente tesis es un trabajo de investigación realizado a la empresa OMEGA TRACTORS SAC con la finalidad de implementar estrategias de marketing que se utilizaran para mejorar su posición competitiva en el mercado así como permitir su crecimiento a mediano y largo plazo.

Al ser una empresa de venta de repuestos de maquinaria pesada tiene gran competencia en el mercado.

Sin embargo OMEGA TRACTORS SAC no aprovecha las oportunidades que el mercado meta le ofrece, es por esto que se realizará un plan de marketing estratégico que permitirá dichas oportunidades, además protegerse de las amenazas externas.

Como autores de esta tesis, tenemos firme propósito de realizar un aporte a la empresa a través de esta investigación.

Para la formulación del plan de marketing estratégico de OMEGA TRACTORS SAC utilizaremos entrevistas a clientes.

Además se analizará el macro ambiente externo, que permite ver el desarrollo del mercado de maquinaria pesada.

Para tal efecto el presente trabajo aplicado a la empresa OMEGA TRACTORS SAC se divide en tres capítulos cuyos contenidos son los siguientes:

En el capítulo I, se describe el planteamiento teórico del presente trabajo de investigación y los aspectos generales.

En el capítulo II , se presenta el planteamiento operacional donde se describe las técnicas utilizadas para la recolección de información necesaria.

En el capítulo III , se realiza el análisis de resultados de las técnicas de recolección de información aplicadas a los clientes de mayor rotación de la empresa , así como los resultados de la entrevista a los mismos , en este mismo capítulo se elabora en Plan de Marketing Estratégico que cuenta con la definición de la misión estratégica actual , la auditoria externa , la auditoria interna y la formulación de los nuevos objetivos , estrategias , misión y visión que se deberían de desarrollar para mejorar la situación actual de la empresa .



SUMMARY

This thesis is a research work carried out at the company OMEGA TRACTORS SAC in order to implement marketing strategies to be used to improve its competitive position in the market as well as allow its medium and long term growth.

Being a company of sale of spare parts for heavy machinery has strong competition in the market. However OMEGA TRACTORS SAC does not take advantage of the opportunities that the market goal it offers, is why be a strategic marketing plan will allow such opportunities, also protect against external threats.

As authors of this thesis, we have a firm intention to make a contribution to the company through this research. For the formulation of the OMEGA TRACTORS SAC strategic marketing plan will use interviews with customers. The external environment macro, which allows you to see the development of the market of heavy machinery will also analyze.

For this purpose the present work applied to the company OMEGA TRACTORS SAC is to divided into three chapters whose content is as follows:

In the chapter I, describes the theoretical approach of the present research work and general aspects.

In the chapter II, presents the operational approach describing the techniques used for the collection of necessary information.

In the chapter III, is the analysis of results of data collection techniques applied to higher turnover of the company clients, as well as the results of the interview to them, in this same chapter is made on Marketing Plan strategic which has the definition of the current

strategic mission, a external audit the internal audit and the formulation of new objectives, strategies, mission and vision which should develop to improve the current situation of the company.



INDICE

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO TEORICO

1.1	Problema	1
1.2.	Descripción	2
1.2.1	Campo, Área Y Línea	2
1.2.2	Tipo Del Problema De Investigación	3
1.2.3	Variables	3
1.2.3.1	Variable Independiente	3
1.2.3.2	Variable Dependiente	3
1.2.4	Interrogantes Básicas	4
1.3	Justificación	5
1.4	Objetivos.....	6
1.4.1	Objetivo General	6
1.4.2	Objetivos Específicos	6
1.5.	Marco Teórico.....	7
1.6	Antecedentes Investigativos	21
1.7	Hipótesis	21

CAPITULO II

PLANEAMIENTO OPERACIONAL

1.1.	Técnicas e Instrumentos	22
1.1.1.	Investigación Bibliográfica.....	22
1.1.2.	Investigación de Campo	22
1.1.3.	Técnicas	23
1.1.4.	Instrumentos	23
1.2.	Campo de Verificación.....	23
1.2.1.	Ámbito.....	23
1.2.2.	Ubicación Temporal	23
1.2.3.	Unidades de Estudio	24
1.3.	Estrategias de Recolección de Datos	24
1.4.	Recursos.....	25
1.4.1	Recursos Humanos	25
1.4.2	Recursos Materiales.....	25
1.4.3	Recursos Financieros	25
1.5	Cronograma	26

CAPITULO III

PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS FORMULACION DEL PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING PARA LA EMPRESA OMEGA TRACTORS SAC

1.1. Resultados De Entrevista A Clientes Con Mayor Rotación	27
1.2. Resultados De Observación	30
2. Formulación De Plan Estratégico De Marketing Para La Empresa Omega Tractor's.	31
2.1. Situación General De La Empresa Omega Tractor's	31
2.2. Visión, Misión	34
2.2.1. Antecedentes	34
2.2.2. Visión	35
2.2.3. Misión	35
2.3. Evaluación Externa	36
2.3.1. Análisis Del Entorno Peste	36
2.3.1.1. Fuerzas Políticas, Gubernamentales Y Legales	36
2.3.1.2. Fuerzas Económicas Y Financieras	37
2.3.1.3. Fuerzas Sociales, Culturales Y Demográficas	39
2.3.1.4. Fuerzas Tecnológicas Y Científicas	40
2.3.1.5. Fuerzas Ecológicas Y Ambientales	42
2.3.2. Oportunidades	42
2.3.3. Amenazas	43

2.3.4. Matriz Evaluación De Factores Externos	43
2.4.5. La Organización Y Sus Competidores	45
2.4.5.1. Poder De Negociación De Los Proveedores	45
2.4.5.2. Poder De Negociación De Los Compradores	46
2.4.5.3. Amenaza De Los Sustitutos	46
2.4.5.4. Amenaza De Los Entrantes	46
2.4.5.5. Rivalidad De Los Competidores	47
2.4.5.6. Matriz Perfil Competitivo Y Matriz Perfil Referencial	52
2.4. Evaluación Interna	54
2.4.1. Administración Y Gerencia De Omega Tractor's	54
2.4.2. Marketing Y Ventas	56
2.4.2.1. Producto	56
2.4.2.2. Precio	59
2.4.2.3. Distribución	60
2.4.2.4. Promoción	61
2.4.3. Operaciones Y Logística. Infraestructura	62
2.4.4. Finanzas Y Contabilidad	64
2.4.5. Recursos Humanos	66
2.4.6. Sistemas De Información Y Comunicaciones	67
2.4.7. Fortalezas	68
2.4.8. Debilidades	68
2.4.9. Matriz Evaluación De Factores Internos	70
2.5. Matrices De Evaluación	71

2.5.1. Matriz de Fortalezas Oportunidades Debilidades Amenazas	71
2.5.2. Matriz Posición Estratégica y Evaluación de la Acción	73
2.5.3. Matriz Boston Consulting Group.....	75
2.5.4. Matriz Interna - Externa	76
2.5.5. Matriz Gran Estrategia.....	77
2.6. Elección De Los Objetivos Y Del Camino Estratégico	78
2.6.1. Definición De La Misión Y Visión	78
2.6.2. Definición De Los Objetivos	79
2.6.3. Elección Del Camino Estratégico	79
2.6.3.1 .Enunciado De Las Estrategias Seleccionadas	79
2.6.3.2. Segmentación del mercado	81
2.6.3.3. Estrategia de posicionamiento en los segmentos de mercado	84
2.6.4. Plan De Accion	86
2.6.5. Presupuesto	88
2.7. Comprobacion de la hipotesis.....	89
Conclusiones.....	90
Recomendaciones	93
Bibliografía	94
Anexos	97

INDICE DE CUADROS Y TABLAS

- CUADROS.

1. Variables, Sub variables y Indicadores.....	4
2. Estimados y Transferencias del Canon.....	38
3. Porcentaje de Importaciones en Valores CIF	50
4. Participación de Mercado	51
5. Organigrama empresa OMEGA TRACTORS	55
6. Proceso del Servicio.....	63
7. Participación de Ventas por Unidad de Negocio	65
8. Grafico matriz PEYEA	74
9. Grafico matriz BCG.....	75
10. Matriz Interna – Externa.....	76
11. Matriz Gran Estrategia.....	77
12. Características de los segmentos.....	82
13. Posicionamiento y marketing.....	84
14. Plan de acción de actividades	86
15. Presupuesto	88

- **TABLAS.**

1. Matriz Evaluación de Factores Externos	44
2. Matriz Perfil Competitivo	52
3. Matriz Referencial	53
4. Matriz Evaluación de Factores Internos	70
5. Matriz FODA	72
6. Matriz posición estratégica y evaluación de la acción	73



CAPITULO I

PLANTEAMIENTO TEORICO

1.1 PROBLEMA

“IMPLEMENTACION DE UN PLAN DE MARKETING ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA OMEGA TRACTORS SAC AÑO 2014”

Descripción

En la actualidad las compañías del rubro maquinaria pesada se enfrentan a un mercado cada vez más competitivo, en donde no tener una visión a futuro de lo que se quiere lograr podría ser un obstáculo para alcanzar el éxito. Además de ser altamente competitivo el mercado también se encuentra cambiando continuamente, las empresas se ven en la necesidad de tomar decisiones que les permitan adaptarse a dichos cambios y desarrollar a su vez la capacidad de competir en el mercado. De igual forma las compañías que pretendan dominar el mercado deben distinguirse de otras, aprovechando sus fortalezas internas y buscando la mejor manera de sobrellevar sus debilidades.

Para conseguir el éxito en la actualidad es indispensable contar con una dirección estratégica, es decir, OMEGA TRACTORS SAC debe desarrollar al máximo todo su potencial a través de un plan de marketing estratégico que le permitan obtener beneficios y sobrevivir por largo tiempo en un mercado cada vez más grande y competitivo.

Aquellas empresas que se fijan objetivos estratégicos y mantienen una buena planificación a largo plazo tienen una mayor posibilidad de lograr un desarrollo óptimo en un mercado cambiante. Determinar dónde estará la organización en los próximos años es una de las ventajas que ofrece la planificación estratégica, además de identificar los

recursos que serán necesarios para lograr los objetivos estratégicos fijados y permitirle a la organización prepararse para los posibles problemas que pudieran presentarse.

Por tratarse de un mercado donde existen una gran cantidad de competidores, el “benchmarking” es de utilidad para distinguir las prácticas que en la competencia han funcionado, observando a los competidores se puede obtener el conocimiento necesario para desarrollar estrategias dentro de la empresa, basándose en la copia de las mejores prácticas de los principales competidores.

Nuestro principal competidor ocupando mas del 45 % de participación en el mercado es FERREYROS lo cual nos obliga a establecer un plan de marketing estratégico de manera que nos permita posicionarnos de manera sólida en el mercado de repuestos de maquinaria pesada.

OMEGA TRACTORS SAC., necesita un plan de marketing estratégico que le permita cubrir la mayor cantidad del mercado de venta de repuestos en el sur del país, inicialmente y luego abarcar otros mercados dentro del Perú.

1.2.- DESCRIPCION

1.2.1 Campo, Area y Línea

Campo : Ciencias Empresariales

Area : Administration

Línea : Marketing

1.2.2 Tipo del Problema de Investigación

El tipo de investigación que se empleo fue la descriptiva, ya que permite explicar detalladamente cada uno de los procesos que se llevan a cabo en la empresa, a través de diferentes técnicas de levantamiento de información y herramientas de análisis, para así cubrir todos los requerimientos necesarios en el estudio.

Esta investigación está basada en la observación directa de la empresa en estudio, su estructura, normas y políticas involucradas en cada uno de los procesos que se llevan a cabo en la empresa. Debido a que existe una participación efectiva por parte del investigador, esta investigación se basa en un diseño de campo. La investigación de campo ofrece información más exacta, con un alto grado de confiabilidad y un bajo margen de error.

1.2.3 Variables

1.2.3.1 Variable Independiente

- Auditoria de plan marketing Estratégico

Sub- variables:

- Misión estratégica
- Auditoría externa
- Auditoría interna

1.2.3.2 Variable Dependiente

- Plan de marketing estratégico

CUADRO NUMERO 1: VARIABLES, SUB-VARIABLES E INDICADORES

VARIABLE DEPENDIENTE	VARIABLE INDEPENDIENTE	SUBVARIABLE	SUBVARIABLE	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Plan de Marketing Estratégico	Auditoria del plan de Marketing Estratégico	Misión Estratégica	Información de la empresa	Historia de la Empresa	Observación
				Tipo de producto	
				Actividad de la empresa	
		Auditoria Externa	Análisis PEST	Indicadores macroeconomicos	Datos Bibliográficos
					Observación
			Estructura del Mercado	Comportamiento de los consumidores	Estudios de la Oferta
					Observación - Encuestas
			Cientes	Datos Estadísticos y Observación	
			Competidores	Observación	
			Canales	Análisis de mercado de maquinaria pesada	Principales Proveedores
		Proveedores			
		Auditoria Interna	Productos	Nivel de ventas	Diversidad - Calidad
					Características del producto
			Precio	Precio unitario del producto	Evolución de Clientes - Entrevistas
Distribución	Canales de distribución		Entrevista - Comportamiento del canal		
	Numero de clientes				
Comunicación	Segmentos del mercado	Encuesta - Observación			

ELABORACION: Propia

1.2.4 INTERROGANTES BÁSICAS

1.- ¿De qué manera podemos Potenciar la imagen de marca en el mercado de la empresa OMEGA TRACTORS SAC?

2.- ¿Cómo fidelidad a los clientes que ya poseemos?

3.- ¿Cuál es la mejor estrategia para mejorar los niveles de ventas de la empresa?

4.- ¿Cuál es el mejor medio para atraer nuevos clientes para la empresa OMEGA TRACTORS SAC?

5.- ¿De que manera podemos Lograr que las actividades de promoción cumplan con su objetivo de informar, persuadir y/o recordar?

1.3 JUSTIFICACIÓN

La situación planteada nos permite apreciar la importancia de realizar la presente plan de marketing estratégico como un aporte para que la empresa OMEGA TRACTORS S.A.C se disponga a caminar por las sendas de la mejora como estrategia competitiva a través de una permanente evaluación de sus oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades en su sector.

La calidad del servicio ofertado por la empresa OMEGA TRACTORS debe convertirse en la actualidad en una de las prioridades tanto de los propietarios como de los que brindan el servicio, a ello deviene que existen varias razones que justifican la presente investigación sobre la calidad del servicio que proporcionan la empresa en:

- El proporcionar servicios de calidad al sector minero, construcción y estatal
- Como respuesta a la creciente competitividad en el sector que exige un planteamiento estratégico para afrontar a la competencia y el ingreso de nuevos competidores en el sector.
- Todas estas razones sirven como motivo para realizar un plan de marketing estratégico que planear es buscar estrategias que permitan a la organización diseñar un futuro deseado que contribuyan a una justificada relevancia contemporánea por ser un problema latente de nuestra realidad y a una relevancia académica por la razón que las empresas deben prepararse como consecuencia del fenómeno de globalización y del libre mercado, las empresas tienden a cambiar de orientación en busca de la competitividad a fin de sobrevivir en el mercado, facilitando el bienestar y la satisfacción de los clientes.

- El presente trabajo de investigación es de alcance empresarial, ya que a través de la aplicación del planeamiento de marketing estratégico se pretende identificar los problemas existentes en la empresa OMEGA TRACTORS y en base a ellas plantear las soluciones y estrategias pertinentes.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

- Implementar un Plande Marketing estratégico para una empresa Distribuidora de Repuestos para Maquinaria Pesada que permita su crecimiento a largo plazo en la ciudad de Arequipa.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Potenciar la imagen de marca en el mercado.
- Fidelizar al cliente que ya poseemos, estimular la repetición de consumo.
- Mejorar el nivel de ventas de la empresa
- Poner el producto a disposición del cliente en la cantidad momento y lugar en que lo necesite
- Atraer nuevos mercados mediante la comunicación.
- Lograr que las actividades de promoción cumplan con su objetivo de informar, persuadir y/o recordar.

1.5.- MARCO CONCEPTUAL

1.5.1.-MARKETING ESTRATÉGICO¹

“Es el proceso adoptado por la organización que tiene una orientación-mercado y cuyo objeto consiste en un rendimiento económico más elevado que el del mercado, a través de una política continua de creación de productos que aportan a los usuarios un valor superior al de las ofertas de la competencia. “

1.5.2.- ESTRATEGIAS ²

Se puede definir como:

“El término estrategia hace referencia a un conjunto consciente, racional y coherente de decisiones sobre acciones a emprender y sobre recursos a utilizar, que permite alcanzar los objetivos finales de la empresa u organización, teniendo en cuenta las decisiones que, en el mismo campo, toma o puede tomar la competencia y considerando también las variaciones externas tecnológicas, económicas y sociales.”

Así, la estrategia de marketing define las pautas a seguir para situarse ventajosamente frente a la competencia, aprovechando las oportunidades del mercado al tiempo que se consiguen los objetivos de marketing previamente fijados.

Al igual que ocurre con los objetivos, la estrategia de marketing ha de ser coherente con la estrategia corporativa de la empresa.

¹Ambrosio, Vicente:” PLAN DE MARKETING PASO A PASO, PEARSON EDUCACIÓN DE COLOMBIA”, Ltda., 2000

²Bello, L., Vázquez, R., Trespacios, J.A.:”INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y ESTRATEGIA DE MARKETING”, Editorial Civitas, 1993

Asimismo, se debe concretar tanto la estrategia de cartera (a qué mercados nos vamos a dirigir y con qué productos), como las estrategias de segmentación y posicionamiento (a qué segmentos de esos mercados elegidos y cómo nos vamos a posicionar en ellos) y la estrategia funcional (el marketing mix).

1.5.2.1.- CLASIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS ³

1.5.2.1.1 Decisiones estratégicas corporativas

Este tipo de decisiones definen la visión, la misión, el negocio y la estrategia competitiva de la empresa. Aunque las decisiones de marketing no tienen cabida en este nivel estratégico, es necesario poseer un conocimiento de las mismas.

Dentro de este nivel se encuadrarían las estrategias competitivas o genéricas de Porter. Este autor clasifica las estrategias en función de la ventaja competitiva perseguida (costes o diferenciación) y de la amplitud del mercado al que se dirige la empresa (todo o sólo algunos segmentos). Determina, de este modo, tres clases de estrategias genéricas:

- Estrategia de costes. Consiste en alcanzar los costes más bajos mediante la producción en gran escala de productos indiferenciados.
- Estrategia de diversificación. Supone la especialización de la empresa en algún aspecto que la haga única y sea valorado por la totalidad del mercado.

³Iniesta, Lorenzo “MÁSTER EN MARKETING, GESTIÓN 2000”, 2005

Es decir, se trata de conseguir el liderazgo en calidad, tecnología, innovación, servicio, etc.

- Estrategia de enfoque. Mediante esta estrategia la empresa se concentra en unos segmentos de mercado determinados, en los que puede tener algún tipo de ventaja competitiva en costes o diferenciación.

1.5.2.1.2 Decisiones estratégicas de cartera⁴

En este nivel de estrategia es donde debe empezar a definirse la estrategia de marketing. En este sentido, la estrategia de cartera debe contemplar todas las alternativas producto-mercado que sean imputables a la actividad.

Una de las herramientas utilizadas para la toma de decisiones relativas a la cartera de productos es la matriz de Ansoff. Este autor propuso un útil esquema de análisis de los distintos tipos de estrategias cuando los objetivos son de expansión o crecimiento. De este modo, clasifica las estrategias en función del producto ofertado (actual o nuevo) y del mercado sobre el que actúa (también actual o nuevo). Este doble criterio de clasificación da lugar a cuatro tipos de estrategias de expansión que aparecen recogidas en la figura que se muestra a continuación:

- Estrategia de penetración del mercado. Consiste en incrementar la participación en los mercados en los que ya se opera y con los productos actuales.

⁴Iniesta, Lorenzo “MÁSTER EN MARKETING, GESTIÓN 2000”, 2005

- Estrategia de desarrollo del mercado. Esta estrategia implica la búsqueda de nuevas aplicaciones para el producto que capten a otros segmentos de mercado distintos de los actuales. También puede consistir en utilizar canales de distribución complementarios o en comercializar el producto en otras áreas geográficas.
- Estrategia de desarrollo del producto. La empresa puede también lanzar nuevos productos que sustituyan a los actuales o desarrollar nuevos modelos que supongan mejoras o variaciones (mayor calidad, menor precio, etc.) sobre los actuales.
- Estrategia de diversificación. Tiene lugar cuando la empresa desarrolla, de forma simultánea, nuevos productos y nuevos mercados.

1.5.2.1.3 Estrategias de segmentación y posicionamiento⁵

Este tipo de estrategias define para cada binomio producto-mercado el segmento estratégico al que se deberá dirigir la empresa y su posicionamiento (atributos, diferenciación, imagen deseada, etc.).

Habitualmente, se diferencian tres tipos de estrategias de segmentación:

- Diferenciada: se trata de dirigirse a cada segmento de mercado con una oferta y un posicionamiento diferente.

⁵Iniesta, Lorenzo “MÁSTER EN MARKETING, GESTIÓN 2000”, 2005

- Indiferenciada: la empresa se dirige a todos los segmentos identificados con la misma oferta de productos y posicionamiento.

- Concentrada: consiste en concentrar los esfuerzos de la empresa en unos segmentos determinados adaptando la oferta a las necesidades específicas de cada uno de éstos.

En cualquier caso, a la hora de seleccionar el segmento se ha de tener en cuenta la importancia relativa del mismo dentro del mercado (% que representa sobre el total), así como la adecuación de los productos o marcas de la empresa al perfil y escala de valores del segmento elegido.

1.5.2.1.4. Estrategia funcional⁶

La estrategia funcional es aquella que combina los diferentes medios e instrumentos de marketing para alcanzar los objetivos de la empresa. Por tanto, se trata de seleccionar las herramientas de marketing más eficaces y adecuadas.

Las principales áreas sobre las que se ha de trabajar son: producto (amplitud de gama, abandono, modificación y creación de productos, política de marcas, creación y sostenimiento de la imagen de marca), distribución y ventas (configuración y carácter, sistema de ventas, localización de los puntos de venta, cobertura de mercado...), precios (estrategia de precios y escala de descuentos) y comunicación (comunicación interna y externa, mensajes, medios, soportes.).

⁶Iniesta, Lorenzo “MÁSTER EN MARKETING, GESTIÓN 2000”, 2005

1.5.2.1.5.- Estrategia De Liderazgo En Costes⁷

Consiste en buscar y mantener una posición de costes bajos respecto de la competencia, esto permitirá a la empresa obtener unos rendimientos superiores al promedio del sector.

Existe una relación entre la estrategia de liderazgo en costes y la posesión de una cuota de mercado elevada, esto es debido a que el tener una cuota de mercado alta, permite la aparición de las economías de escala y las economías de experiencia, ambas contribuyen a la reducción de los costes unitarios.

Las economías de escala hacen referencia a la reducción de costes unitarios al aumentar la producción de un producto determinado. Las economías de experiencia hacen referencia a la reducción de costes unitarios como consecuencia de una producción histórica acumulada (debido a la mayor experiencia de los trabajadores, por ejemplo).

La estrategia de liderazgo en costes requiere de la construcción de grandes instalaciones, capaces de producir grandes volúmenes. También se requiere de la utilización de equipos productivos rígidos, que son aquellos especializados en la producción de un único producto.

El trabajar con costes reducidos, le permite a la empresa obtener unos márgenes superiores, le permite también, sostener y aguantar guerras de precios que puedan producirse, emprender políticas agresivas de precios, pues si una empresa tiene éxito con

⁷Sainz de Vicuña Ancín, José M.” EL PLAN DE MARKETING EN LA PRÁCTICA, ESIC “,2006.-

esta estrategia y es la que tiene costes menores, puede bajar los precios para poder eliminar a la competencia

1.5.2.1.6.- La estrategia de concentración⁸

Se especializa en un segmento específico del mercado y su objetivo es obtener una ventaja competitiva que las demás empresas no pueden igualar, convertirse en el líder de ese segmento ya sea por costos o por diferenciación o un poco de ambas, pero en un segmento específico.

Si una empresa fabrica los mismos productos, al mismo precio, en el mismo mercado que otras es imposible que pueda obtener beneficios. Se requieren crear ventajas de competencia que permita posicionar a un mejor costo y con más opciones al producto en el mismo o diferente mercado.

1.5.2.1.7.- Integración hacia atrás⁹

La idea de esta estrategia es adquirir o incorporar a la empresa de mis proveedores, es decir, Consiste en que es la empresa que integra en su organización actividades de fabricación. Este tipo de integración se puede plantear para asegurar la continuidad del

⁸Sainz de Vicuña Ancín, José M.” EL PLAN DE MARKETING EN LA PRÁCTICA, ESIC “,2006.-

⁹Sainz de Vicuña Ancín, José M.” EL PLAN DE MARKETING EN LA PRÁCTICA, ESIC “,2006.-

suministro y la calidad de los productos comprados, para coordinar más efectiva y eficientemente las funciones de distribución. Por esta estrategia lograr ser nuestros propios proveedores no depender de estos y disminuir el poder negociador. Se aplica cuando:

- Los proveedores actuales de una organización son especialmente costosos, escasos, poco confiables o incapaces de cumplir con las necesidades de la empresa (materias primas).
- Si todos o la gran mayoría de sus competidores depende de proveedores puede con esta estrategia tomar ventajas competitivas reduciendo costos y también porque nuestros competidores necesitan recursos de terceros que nuestra organización sí tendría.

Esta estrategia puede generar grandes ventajas en costos cuando los proveedores presentan un importante margen de ganancia. Si la empresa tiene la tecnología necesaria puede llevar a cabo una producción más eficiente que la realizada por los proveedores o fortalecer la empresa, mediante la reducción de costos o la diferenciación de productos.

O evitar o disminuir el poder negociador de los proveedores cuando son los únicos que producen ese bien o este es escaso.

1.5.2.1.8.- Integración hacia delante.¹⁰

La integración hacia delante implica adquirir o entrar a la propiedad sobre distribuidores (comprar o asociarme con mis clientes). El objetivo de este tipo de integración es alcanzar

¹⁰Sainz de Vicuña Ancín, José M. "EL PLAN DE MARKETING EN LA PRÁCTICA, ESIC", 2006.-

un mayor grado de eficiencia y un mayor control. También esta estrategia de integración hacia delante hace que una empresa adquiera más canales de distribución, es decir, sus propios centros de distribución (almacenes) y tiendas al detalle. También puede significar que la empresa irá aún más lejos, pues adquiere sus propios clientes.

Este tipo de estrategia es recomendable aplica cuando:

- Los distribuidores actuales de una organización son especialmente costosos, poco confiables o incapaces de cumplir con las necesidades de distribución de la empresa.
- Cuando los distribuidores actuales tienen gran rentabilidades ya que así una Empresa podría de forma rentable distribuir sus propios productos y fijarles precios de forma más competitiva y así obtener más utilidades.

Las empresas pueden utilizar la integración hacia adelante con el fin de diferenciarse de sus rivales o se adquiere un mayor conocimiento del comportamiento de los consumidores. Debido a esta nueva cercanía con el cliente.

Al usar esta estrategia las empresas pueden evitar controles de precios, impuestos y regulación por parte del Gobierno.

Para la empresa ingresar al mercado puede resultar costoso, especialmente si existen barreras de entrada muy altas.

1.5.2.- Amplitud (de una cartera de productos)¹¹: Número de líneas que integran una cartera de productos (por ejemplo, para un establecimiento dedicado a la venta de productos alimenticios del tipo: pan, pasteles, tartas, etc. podríamos decir que la amplitud de su cartera de productos es de dos (línea de productos de panificación y línea de productos de repostería).

1.5.3.- Calidad del producto: Forma de diferenciar el producto. Puede distinguirse entre calidad objetiva y calidad percibida. La primera tiene una naturaleza técnica, es medible y verificable. La segunda es subjetiva, es una evaluación del consumidor.

1.5.4.- Canal de distribución [4]: Camino seguido por el producto, a través de los intermediarios, desde el productor al consumidor. Está constituido por todo aquel conjunto de personas o instituciones que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a manos del consumidor o usuario.

1.5.5.- Cartera de productos [4]: Conjunto o gama de productos que ofrece una empresa. Está integrada por todas las líneas de productos.

1.5.6.- Ciclo de vida del producto [4]: Conjunto de etapas que transcurren desde el lanzamiento del producto al mercado hasta su retirada. Se identifican cuatro fases: Introducción, crecimiento, madurez y declive.

¹¹- Sainz de Vicuña Ancín, José M.” EL PLAN DE MARKETING EN LA PRÁCTICA, ESIC “,2006

1.5.7.- Comportamiento del consumidor¹²: Conjunto de actividades que lleva a cabo una persona u organización desde que tiene una necesidad hasta el momento que consuma la compra y usa, posteriormente, el producto.

1.5.8.- Criterios de segmentación: Características, necesidades, actitudes o comportamientos de los consumidores que se utilizan para dividir un mercado (por ejemplo, en base a sexo, estilo de vida, creencias, etc.).

1.5.9.- Envase: Es la forma de proteger físicamente y presentar el producto. Es también un instrumento de diferenciación y promoción del producto.

1.5.10.- Imagen de un producto o marca: Representación mental de los atributos y beneficios del producto o marca tal como son percibidos por el mercado.

1.5.11.- Intangibilidad: Característica diferencial de los servicios que significa que no pueden ser percibidos por los sentidos, que son difíciles de definir y que no se puede formar una imagen o representación mental de los mismos.

1.5.12.- Lealtad de marca: Compromiso con una marca determinada al que se llega por el refuerzo de satisfacciones anteriores y actitudes favorables a la marca.

¹²Instituto Superior de Estudios Empresariales “ GESTIÓN COMERCIAL I, MARKETING, CEPYME”, 1994.

1.5.13.- Línea de productos¹³: Conjunto de productos homogéneos (por ejemplo, para el ejemplo del establecimiento de venta de productos de panificación y pastelería, los diversos panes comercializados constituyen una línea de producto).

1.5.14.- Logística: Arte de dirigir el flujo de materiales y productos de la fuente al usuario.

1.5.15.- Longitud (de una cartera de productos): Es el número total de productos fabricados o vendidos. Es la suma de todas las referencias en cada una de las líneas ofrecidas o el resultado de multiplicar la amplitud por la profundidad de la cartera de productos (por ejemplo, si suponemos que el establecimiento descrito anteriormente comercializa siete tipos de panes y quince tipos de productos de pastelería, podríamos apuntar que la longitud de la cartera de productos tiene una longitud de 22 productos).

1.5.16.- Madurez: Fase del ciclo de vida en la que la demanda llega a su límite máximo. Las ventas dejan de aumentar y empiezan a descender.

1.5.17.- Marca: Nombre, término, símbolo o diseño, o una combinación de ellos, que trata de identificar los bienes y servicios de una empresa y diferenciarlos de los de los competidores.

¹³José Luis Munuera alemán "ESTRATEGIAS DE MARKETING" 2003

1.5.18.- Marketing de servicios¹⁴: Parte especial del marketing que se aplica a los servicios por sus especiales características (intangibilidad, inseparabilidad, implicación del usuario, variabilidad, carácter perecedero y distribución directa).

1.5.19.- Marketing directo: Supone una relación directa entre productor y consumidor sin pasar por los intermediarios (mayoristas y detallistas). Engloba un conjunto de modalidades de distribución y venta, como la venta por correo y por catálogo, el tele marketing, etc.

1.5.20.- Marketing mix: Combinación de los cuatro instrumentos básicos de marketing (producto, precio, distribución y promoción) para alcanzar los objetivos previstos.

1.5.21.- Mercado objetivo: Mercado específico al que ofrece sus productos la empresa u organización.

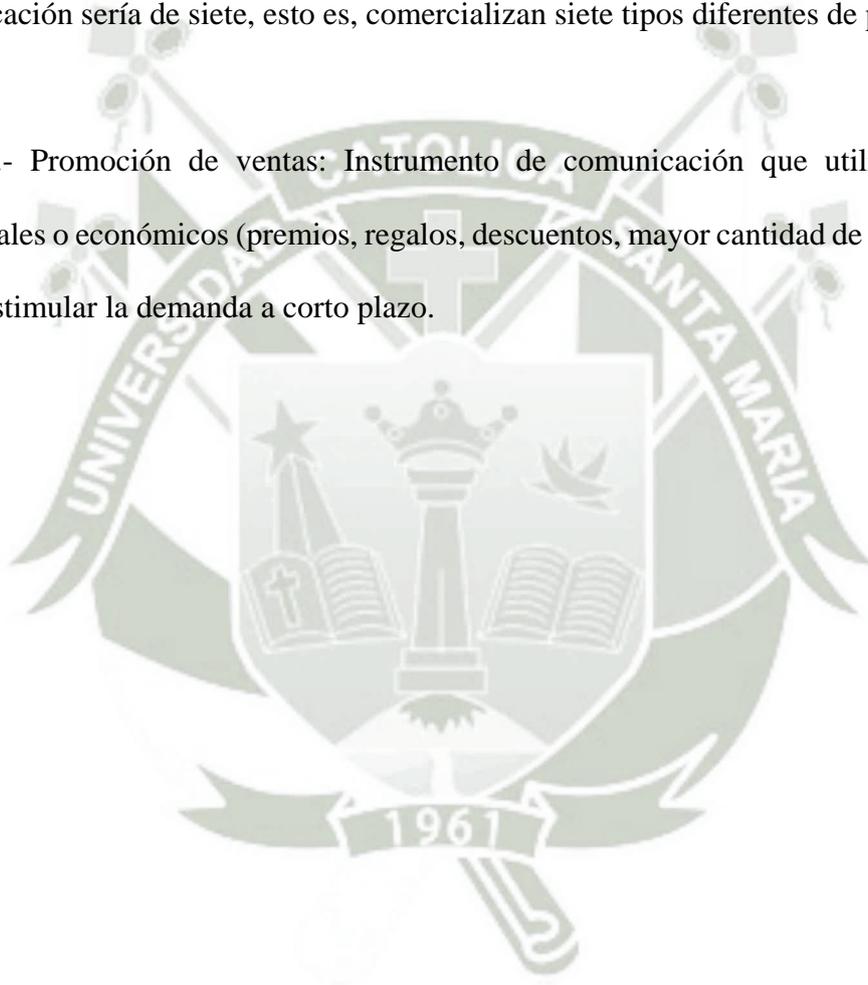
1.5.22.- Merchandising: Conjunto de actividades llevadas a cabo por los detallistas para estimular la compra del producto en el punto de venta (por ejemplo, demostraciones, degustaciones, pilas y exposiciones masivas de producto, etc.).

¹⁴Instituto Superior de Estudios Empresariales “ GESTIÓN COMERCIAL I, MARKETING, CEPYME”, 1994.

1.5.23.- Precio psicológico: Se fundamenta en el modo en que el mercado percibe la cuantía del precio y en la asociación que el consumidor hace del mismo con las características o atributos del producto.

1.5.24.- Profundidad (de una línea de productos) ¹⁵: Número de productos distintos que se incluyen dentro de una línea (por ejemplo, la profundidad de la línea de productos de panificación sería de siete, esto es, comercializan siete tipos diferentes de pan).

1.5.25.- Promoción de ventas: Instrumento de comunicación que utiliza incentivos materiales o económicos (premios, regalos, descuentos, mayor cantidad de producto, etc.) para estimular la demanda a corto plazo.



¹⁵Instituto Superior de Estudios Empresariales “ GESTIÓN COMERCIAL I, MARKETING, CEPYME”, 1994.

1.6.- ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para la elaboración del presente trabajo de investigación, de acuerdo a la revisión documental efectuada, se ha verificado que no existen trabajos referentes al planeamiento de marketing estratégico de la empresa OMEGA TRACTORS S.A.C, en la ciudad de Arequipa, en la Universidad Católica Santa María.

Pero se cuenta con información bibliográfica física y virtual referente al planeamiento de marketing estratégico de Empresas, las mismas que servirán para la consecución del trabajo en mención.

1.7.- HIPÓTESIS

Dado que un plan de marketing estratégico tiene principalmente por objetivo expresar de una forma sistemática y ordenada las opciones elegidas por la empresa para alcanzar sus objetivos a largo plazo, **es probable que** “La implementación de un plan de marketing estratégico para la empresa OMEGA TRACTORS SAC permita la elección correcta de la mejor estrategia para lograr el crecimiento a largo plazo y alcanzar mayor competitividad en el mercado regional”.

CAPITULO II

PLANEAMIENTO OPERACIONAL

1.1. Técnicas e Instrumentos

Las técnicas nos permiten recopilar los datos necesarios de los indicadores con el propósito de lograr los objetivos y la verificación de la hipótesis.

1.1.1 Investigación Bibliográfica

Para la realización del presente trabajo de investigación se recurrirá a la revisión de la bibliografía e información de la Empresa, así como textos bibliográficos de investigación administrativa y plan estratégico.

1.1.2 Investigación de Campo

En el presente estudio se procederá a la recolección y registro de la información de las actividades y aspectos importantes de la empresa OMEGA TRACTORS S.A.C a través de las técnicas e instrumentos utilizados para este fin.

1.1.3 Técnicas

Las técnicas que se utilizaran para la realización del presente trabajo de investigación fueron los siguientes:

- La observación de campo
- La observación documental
- La Entrevista
- Análisis y descripción de Resultado.

1.1.4 Instrumentos

Los instrumentos a utilizar serán los siguientes:

- Ficha de recolección de datos
- Formulario de Entrevista
- Fichas documentales o bibliográficas.

1.2 Campo de Verificación

1.2.1 Ámbito

La investigación se realizara en el Departamento de Arequipa.

- Departamento: Arequipa
- Provincia : Arequipa

1.2.2 Ubicación Temporal

Enero a Junio del Año 2014.

1.2.3 Unidades de Estudio

Se estudiara el planeamiento de marketing estratégico de de la empresa OMEGA TRACTORS S.A.C en Arequipa.

- Universo

El universo está conformado por los clientes potenciales de Omega Tractor S.A.C, los mismos que están ubicados en la provincia de Arequipa, departamento de Arequipa.

Considerando que los clientes de OMEGA TRACTORS SAC representan el 100% son empresas constructoras, mineras, contratistas y personas naturales y solo un 5% del total esta última razón por la cual no se tomara en cuenta para el análisis.

- Muestra

La determinación de la muestra se realizó en un universo constituido por clientes potenciales que son empresas constructoras y empresas mineras empresas contratistas y empresas que alquilan maquinaria pesada, las cuales se sacó un extracto de las empresas constituidas y con sede en la provincia de Arequipa siendo las de mayor rotación de 39 de la cuales se realizara entrevistas para la recolección de datos.

1.3 Estrategias de Recolección de Datos

- La recolección de datos se realizó a través de :
- Búsqueda bibliográfica sobre el tema

- Recolección de información en los archivos de la empresa
- Entrevista a los clientes potenciales
- Búsqueda de información del sector construcción , minero y obras públicas a cargo de municipios

1.4 Recursos

Los recursos materiales, humanos y financieros estarán a cargo de los responsables del presente trabajo de investigación.

1.4.1 Recursos Humanos

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se contara con la participación directa de los responsables de la investigación

Investigadores: Daygoro Zevallos y Marco Manzaneda

1.4.2. Recursos Materiales

- Papel Bulky, Papel Bond A-4
- Copias Fotostáticas
- Cartucho de Tinta para Impresora, USB, Impresora, scanner
- Libretas de Campo, Lapiceros color negro

1.4.3. Recursos Financieros

La investigación fue solventada con recursos propios.

1.5. Cronograma

ACTIVIDADES	AÑO 2014																				
	MESES																				
	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				
	1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S	
Diseño del Proyecto	X	X																			
Elaboración del marco teórico.		X	X	X	X																
Instrumento de recolección					X	X															
Aplicación de Instrumento de Recolección.							X	X	X	X	X	X	X	X							
Tabulación de datos.									X	X	X	X	X	X	X	X					
Análisis e interpretación														X	X	X	X	X	X	X	
Presentación de los resultados.																		X	X	X	
Informe final																				X	

FUENTE : Elaboracion Propia

CAPITULO III

PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS FORMULACION DEL PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING PARA LA EMPRESA OMEGA TRACTORS SAC

1.1.- RESULTADOS DE ENTREVISTA A CLIENTES CON MAYOR ROTACION

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los clientes de mayor rotación en la empresa y más significativos por la cantidad de compra que realizan los dividimos en cuatro sectores mas importantes para tener mayor conocimiento de lo que piensan ya que cada rubro busca diferentes cosas y su comportamiento es distinto semejándose algunos sectores, por lo que se llegó a la siguiente conclusión:

Se está consciente que el país viene atravesando un crecimiento importante debido al crecimiento minero y de construcción lo que conlleva a la realización de mayor cantidad de obras es por eso que la adquisición de maquinarias ha aumentado considerablemente los últimos años y por ende el requerimiento de compras para el mantenimiento de sus maquinarias y cabe mencionar que este crecimiento también trae consigo el surgimiento de empresas que ven en este rubro una oportunidad de negocio.

Con referencia a los factores que los clientes buscan al momento de elegir a un proveedor de repuestos por encima de todo buscan una empresa de trayectoria, sería que tenga años en el mercado ya que se busca garantía en los productos que se solicitan, el precio es el segundo factor importante ya que se busca minimizar costos para obtener mayores

ganancias y finalmente la calidad es el otro factor ya que de esto depende la vida de la máquina y por ende de la inversión que las empresas realizan.

El servicio post venta de reparación de maquinaria es importante ya que al momento de adquirir repuestos no siempre se tienen los números de parte de los repuestos por lo que necesitan una persona especializada que muchas veces no encuentran en las otras empresas de venta de repuestos que solo se dedican a vender mas no asesorar de tal manera es importante este factor ya que al cerrar el pull a parte de minimizar costos, se reduce el tiempo en buscar quien realice este servicio de la manera más adecuada, en omega se da garantía respectiva por sus productos y por el servicio dando mayor seguridad al cliente, cabe mencionar que las grandes empresas como las mineras y las constructoras este servicio lo tienen tercerizado por las casas autorizadas siendo para ellos este factor poco significativo.

Es importante tener en cuenta que las empresas tienen buen concepto del personal que trabaja en OMEGA TRACTORS ya que consideran que reciben una capacitación adecuada, gracias al manejo de manuales y de sistemas de consultas lo que no sucede en las casas autorizadas donde el personal de ventas solo vende mas no tienen conocimiento de lo que venden lo mismo ocurre con la competencia que son pocas empresas que tiene conocimiento sus vendedores de lo que están vendiendo, esto es importante por la rapidez de atención.

En lo referente a la compra de repuestos, de acuerdo a las entrevistas realizadas llegamos a la conclusión que la mayoría de empresas trabaja con la marca Caterpillar por ser una marca reconocida a nivel mundial y por la calidad de sus equipos representando en el mercado el 60% por lo que las empresas compran repuestos originales de esta marca en

un 70 % siendo la marca alternativa más comprada CTP en un 30% ya que son repuestos americanos de calidad de menor duración pero de precios más económicos.

Los clientes al momento de realizar sus pedidos han encontrado en omega la mayoría de los repuestos solicitados, cuando no se ha encontrado en stock se debe a motivos como la modernidad de las maquinas o simplemente por la rareza, esos repuestos son comprados directamente en las casas autorizadas , son pocas las ocasiones en la que no se encontraba el repuesto por falta de stock en estos casos las empresas esperan a que se haga el pedido lo cual demora en promedio 7 días si se tiene que importar y de 1 a 2 días se trae de lima.

Finalmente podemos decir que las empresas a las que más compra los clientes es a FERREYROS por ser la única tienda autorizada Caterpillar, las otras casas tiene un volumen también importante de ventas como es KOMATSU, Volvo y en las empresas que se dedican al rubro de la venta de repuestos para maquinaria PERU TRACTOR Y REDIRED son la competencia más cercana que tiene OMEGA TRACTORS, la decisión de compra en estas empresas de debe al precio principalmente o a la afinidad que se tenga con la empresa.

Debido al crecimiento del sector minero y construcción el mercado se ve atractivo para el surgimiento de nuevas empresas tanto de venta de repuestos como empresas que pueden ser clientes potenciales , estas empresas no nos conocen por lo que necesitamos abarcar este nuevo mercado , OMEGA TRACTORS requiere ser más conocida en el sector de venta de repuestos de maquinaria pesada

Finalmente podemos decir que OMEGA TRACTORS se encuentra en una etapa de alta tasa de crecimiento en la industria pero que su participación en el mercado no es significativa, con necesidades de efectivo importantes y sin mucha generación de caja.

1.2.- RESULTADOS DE OBSERVACION

Mediante el proceso de la observación se pudo determinar la participación en el mercado que tiene OMEGA TRACTORS SAC, y la manera de llegar al cliente es correcto pero no presenta una participación significativa .

Al realizar las entrevistas a los clientes de mayor rotación de compras podemos indicar que se cuenta con una gran competencia en Arequipa, lo positivo es que los clientes que se tienen encuentran los repuestos que requieren y se sienten conformes con la atención al cliente.

De igual manera los clientes se sienten conformes con el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS , en el ámbito que debe desarrollarse mas OMEGA TRACTORS es en tener mayor participación en el mercado ya que el mercado es amplio e importante para varios sectores de construcción y minería.

2.- FORMULACION DE PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING PARA LA EMPRESA OMEGA TRACTORS SAC

2.1.- SITUACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA OMEGA TRACTOR'S

SITUACIÓN GENERAL.

OMEGA TRACTOR'S es un grupo empresarial familiar con 10 años de presencia en el mercado, y continua la trayectoria de Reszeli empresa constituida por José Zevallos Lisarazosiempre dedicado al rubro de comercialización de repuestos, prestación de servicios de reparación y alquiler de maquinaria pesada, con operaciones en la región sur del Perú tanto en el sector privado y público, realizando operaciones de obras civiles, metal mecánica, mantenimiento y transporte de maquinaria pesada.

Los sectores donde desarrolla sus operaciones se concentran fundamentalmente en la minería y la construcción de obras a cargo del estado y gobiernos locales; el sector minero en el sur del Perú es muy dinámico por la presencia de muchos proyectos mineros de gran tamaño como Cerro Verde en Arequipa, Cuajone en Moquegua, Toquepala en Tacna, Tintaya y Antapacay en Cusco, Las Bambas en Apurímac además de gran número de operaciones de menor envergadura y proyectos próximos a iniciarsey en construcción como la Ampliación Cerro Verde y Tía María en Arequipa, Las Bambas en Apurímac, Constancia en Cusco y Quellaveco en Moquegua.. Por otro lado es muy importante la inversión pública en obras civiles de desarrollo vial rural y urbano, así como encausamiento de ríos y defensas rivereñas por lo agreste de la geografía y el clima extremo. Todas las regiones mencionadas reciben importantes aportes por concepto de canon minero por lo que hay una gran interrelación entre la minería y el sector público.

A nivel nacional la empresa líder en el rubro que opera nuestra empresa en estudio es el Grupo Ferreyros quien se constituye en el referente del sector, los factores críticos de éxito en este caso son:

- Representación exclusiva de la marca Caterpillar, número uno a nivel mundial en maquinaria de la línea amarilla, repuestos componente entre otras varias representaciones.
- Una oferta de servicio integral que combina venta de productos de calidad con excelente servicio complementario en post venta, mantenimiento y reparación.
- Posee la red más grande de talleres para reparación de maquinaria y equipo pesado a nivel nacional.
- Cuenta con homologaciones para las principales mineras del país, así como certificación ISO 9001.
- Ha desarrollado el knowhow y experticeoptimo para consolidarse como la marca líder en el mercado peruano, aprovechando la transferencia tecnológica de sus representadas.

Omega Tractor's en la actualidad no posee representación de marcas internacionales que permitirían el desarrollo de un mercado local para estas, explotando la exclusividad de dichas marcas, de igual forma no se cuenta con el respaldo de una compañía transnacional que aporte con conocimiento, tecnología e información, anteriormente si se contó con representaciones de algunas marcas que sin ser líderes mundiales si aseguraban la exclusividad en las operaciones locales, incrementando y diferenciando la oferta de la empresa para consolidar una ventaja competitiva.

Omega Tractor's tiene una oferta integral en sus diferentes unidades de negocio, desde la importación de repuestos hasta la ejecución de proyectos, pasando por el alquiler de maquinaria pesada y el mantenimiento, esta diversificación le permite ofrecer soluciones más complejas y completas para sus clientes sin necesidad de contratar o subcontratar a otros proveedores.

En la actualidad Omega Tractor's cuenta con un taller con diversos equipos especializados para el mantenimiento y reparación de maquinaria pesada así como maestranza, también posee una flota de vehículos y maquinaria pesada para alquiler y ejecución de proyectos civiles.

Este último año no se renovó la homologación de SGS del Perú S.A.C. por el servicio de mantenimiento y reparación de maquinaria pesada e industrial, y no se cuenta con ninguna certificación u homologación adicional, el mercado de servicios para minería en la actualidad requiere de certificaciones y homologaciones como estándar para sus contrataciones por el incremento de las regulaciones en seguridad industrial y en seguridad ambiental, de igual forma las instituciones estatales exigen ciertas certificaciones para la participación en los procesos de contratación con el estado.

El gerente general de Omega Tractor's posee una experiencia técnica, de dirección y comercial de más de 20 años en el rubro, sin embargo la estructura organizacional no ha permitido conservar y desarrollar el knowhow de la empresa, tampoco se han incluido profesionales que aporten nuevos conocimientos especializados y experiencias que mejoren la oferta de la empresa.

No hay un proyecto para rentabilizar la inversión en capital humano y en desarrollo del conocimiento en la empresa; las competencias de personal en el sector de servicios

mineros se están convirtiendo en un factor crítico de éxito como menciona el renombrado economista Richard Baldwin en su última visita al Perú “Lo que realmente quieren hacer (países como el Perú) es crear más puestos de trabajo. Entonces, al Perú le conviene trabajar más en servicios relacionados a la minería que luego se pueden exportar” (R. Baldwin, Gestión, 02 de octubre del 2013)

2.2.- VISIÓN, MISIÓN

2.2.1.- ANTECEDENTES

OMEGA TRACTOR’S, empresa familiar orientada al rubro de maquinaria pesada, abre sus puertas al público y al sector minero e industrial en el año 2003 tras el cierre y liquidación de la empresa ReszeliSRLtda. Con un incremento en los aportes económicos y activos, reestructuración en sus procesos de servicios y comerciales, además de adquisición de instalaciones nuevas, amplias y equipadas en la hoy zona industrial de la ciudad de Arequipa; Omega Tractor’s inicia operaciones en los giros de repuestos y reparaciones para maquinaria pesada principalmente, entregando una oferta diferenciada al público. Para esto centra todo su esfuerzo y experiencia en la importación y comercialización de repuestos como mercado ya conocido y con presencia en la ciudad de Arequipa, ofreciendo a los clientes marcas de calidad y alternativas a la marca líder Caterpillar. Así mismo entrega a sus clientes su experiencia en reparación de equipos y re potencia esta línea con la compra y renovación de máquinas y servicios periféricos para este giro de negocio. Esto ha permitido que la empresa haya podido mantenerse y crecer en el tiempo; ya que cuenta con gran parte del círculo o paquete del negocio para equipos de la línea amarilla.

En el comparativo con empresas similares, podemos decir que el comportamiento de ellas respecto al crecimiento del mercado ha sido constante más no el deseado debido a diferentes debilidades. En el tema financiero y comercial de igual forma, la compañía registra crecimiento permanente en el mercado pero debido a falta de asumir riesgos de inversión y a las dificultades para enfrentar el cambio Omega Tractor's no ha logrado crecer de forma optima, considerando que empresas similares en el rubro crecieron y aprovecharon mejor las oportunidades del mercado creciente.

2.2.2 VISION:

“Ser reconocidos en el sector construcción y minería como la empresa que brinda el mejor servicio al cliente, que cuenta con la mas alta tecnología, con un personal plenamente calificado e identificado con la organización y que tenga liderazgo en el mercado”

2.2.3 MISION:

“Somos una empresa nacional especializada en servicio y venta repuestos de maquinaria pesada que investiga y desarrolla, suministrado los mejores repuestos de maquinaria garantizando la satisfacción de nuestros clientes”

2.3.- EVALUACIÓN EXTERNA

2.3.1.- ANÁLISIS DEL ENTORNO PESTE

2.3.1.1.- Fuerzas políticas, gubernamentales y legales

En reunión desarrollada en el mes de Agosto de 2013 entre los representantes de las federaciones de los mineros informales y la Presidencia del Consejo de Ministros se lograron avances para el proceso de formalización. Se avizora que en Abril de 2014 se habrán logrado los objetivos del proceso en la que una comisión especial diseñará una estrategia de saneamiento para la pequeña minería y minería artesanal, la misma que se nutrirá de los aportes de la Mesa Técnica (RM N° 215-2013-PCM) y del Plan Nacional para la Formalización de la Minería Artesanal (DS N°045-2010-PCM) (El Peruano, Agosto 2,013)

Se reconocen los avances importantes en el proceso de formalización empezados a inicios de 2012, en el que alrededor de 30,000 pequeños mineros y mineros artesanales están en camino hacia la formalización, sea por que ya cuentan con títulos mineros, contratos de explotación o se encuentra muy próximos a lograrlo. (El Peruano, Agosto 2,013)

De otro lado, el Ministro de Economía Luis Miguel Castilla se pronunció ante el Congreso anunciando que para el año 2014 los gastos en la inversión pública tendrán una participación del 30%, lo que significa un incremento del 7% comparado al del presente periodo, esto vinculado al aumento del Presupuesto Institucional de Apertura (s/.118,934 Millones) que se vio incrementado en un 9.7% respecto al del actual periodo (Diario Gestión, Setiembre 2,013).

Sin embargo, la ejecución presupuestal no está siendo bien encauzada. En el Sistema Nacional de Inversión Pública se tiende a subvalorar los costos de las obras y entonces “cuando la unidad formuladora de un municipio o sector quiere hacer un colegio que vale 100 dice que vale 80, 70, 40 ó 50. Si te dicen 100 en Pre inversión en realidad es 150.” (Diario Gestión, Julio 2013). El gasto en obras públicas tiende a ser deficiente en su calidad precisamente porque no hay capacidad de ejecución por parte de las unidades designadas en el pliego pues los proyectos de obra no representan relevancia ante las necesidades de la población.

La consolidación de la formalización minera de los grupos no alineados (informales y artesanales) sería una oportunidad para la búsqueda de mercados y nuevos clientes, asimismo un incremento del gasto público en su presupuesto convendría para desarrollar más la parte de ejecución de obras para la empresa, por otro lado es una desventaja la óptica restrictiva del SNIP para la ejecución de proyectos ello derivado de que éste fue desarrollado en un marco de austeridad que ahora debería enfocarse en un contexto de planes concertados de desarrollo.

2.3.1.2.- Fuerzas Económicas y financieras

Este análisis muestra diferentes variables económicas, cuya tendencia influye directamente a la empresa por su relevancia en el negocio, una de ellas es el Canon Minero para ejecución de obras y proyectos por parte de la Región Arequipa y Gobiernos locales, están directamente vinculados con las transferencias que el Gobierno Central hace por este concepto. La reducción significativa del canon minero en el año 2013 se debe a factores como el precio de los metales, menor producción de minerales, desaceleración del mercado internacional y los nuevos impuestos por parte del ejecutivo; por otro lado

los gobiernos tienden a paralizar proyectos en ejecución y a postergar el inicio de otros por falta de presupuesto.

CUADRO 2: ESTIMADOS DEL CANON MINERO DEL AÑO 2012 Y 2013

Estimados y transferencia del Canon Minero 2012 y 2013 por niveles de gobierno en el departamento de Arequipa (en miles de S/. nuevos soles)							
Niveles de gobierno	Canon minero estimado 2012	Canon minero transferido 2012	Variación 2012	Canon minero estimado 2013	Canon minero transferido 2013	Variación 2013	Variación canon 2012/2013
Gobierno Regional de Arequipa	176,292	157,880	-10%	151,557	89,154	-41%	-44%
Gobiernos Locales de la Región	661,096	597,170	-9%	568,338	343,000	-40%	-43%
TOTAL	837,388	755,050	-9%	719, 895	432,154	-40%	-43%

Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas / GRA. Elaboración: desco – Programa Regional Sur

FUENTE: programa regional Arequipa 2013

Este factor es una amenaza para la empresa, debido a que nuestra unidad de negocio es la venta de repuestos, reparación y alquiler de maquinaria y al disminuir la ejecución de obras y proyectos los equipos estarán paralizados afectando nuestros ingresos y la capacidad de retorno de la inversión.

El Perú viene pasando por una década de consolidación y crecimiento económico – financiero. Pero esto no ha sido gratuito sino está sustentado en las correctas direcciones políticas que ha tomado nuestros últimos gobernantes y al manejo macroeconómico en general. Actualmente el sector construcción junto con la minería son los sectores claves para el mercado de la maquinaria pesada. Respecto al sector construcción su crecimiento promedio sería producto del dinamismo de la inversión privada asociada a las actividades de los sectores minería, industria, turismo y comercio, favorecidas además por las

concesiones de infraestructura como carreteras, puertos y aeropuertos. El incremento de la inversión pública principalmente en obras de infraestructura, será uno de los factores que explique la recuperación de la actividad constructora. Por otro lado el sector minero y la cartera de inversiones proyectadas según el Ministerio de Energía y Minas por 31,000 millones y el inicio de operación de algunos proyectos, consolidan las bases para un crecimiento económico.

También debemos considerar que el balance de la tendencias en cuanto Inflación, Balanza Comercial, Riesgo País, Inversiones, PBI y el manejo de las Tasas de Interés y Tipo de cambio; han sido bastantes positivas por lo cual se ha logrado consolidar una buena base económica para el crecimiento nacional.

Para nuestra empresa esto es un factor de oportunidad, pues al haber un mayor crecimiento económico, siendo los pilares de este el sector minero y construcción, los negocios relacionados encuentran un horizonte alentador para equipos pesados o línea amarilla, existiendo demanda del sector en las diferentes regiones o localidades del sur del país.

2.3.1.3.- Fuerzas sociales, culturales y demográficas

El sector minero es sin lugar a duda la actividad económica que genera mayor impacto en el país, y no solo en el aspecto económico sino en todos los factores como las fuerzas sociales, culturales y demográficas, en este sentido las protestas anti mineras se han convertido en el principal foco de conflictos sociales en el país, casos emblemáticos como el proyecto Conga en Cajamarca o Tía María en Arequipa, determinan que en lo sucesivo va ser más difícil el inicio de operaciones mineras sin el llamado permiso social, esto va

en contra de todas las actividades que se realizan en torno a la actividad minera, por otro lado se observan casos de éxito en ejecución de planes de mitigación del impacto social como es el caso del proyecto Toromocho en Junin, donde se logró la ansiada licencia social a través de una gran inversión en Morococha previa al inicio de operaciones.

Otro aspecto importante es la implementación de programas y mecanismos de desarrollo social en las comunidades alejadas o vulnerables, donde se prioriza la ejecución de proyectos viales a cargo de los gobiernos locales como herramientas de inclusión y desarrollo, ya es notorio el incremento en los proyectos de desarrollo donde se busca beneficiar a pobladores y empresas locales, evitando el centralismo y generando empatías entre la población y sus autoridades.

Omega Tractor's tiene como centro de operaciones Arequipa que es el eje económico, comercial, vial y social del sur del país, como se mencionó en la revista Poder:

A diferencia del norte, el crecimiento de los departamentos del sur y la trama del poder político y económico son bastante más heterogéneos y complejos. Arequipa, tradicionalmente reconocida como nuestra segunda región en importancia, destaca sin ninguna duda como la más dinámica en esta zona del país. Su crecimiento es de los más diversificados, como lo mostró el informe especial que apareció en la edición de octubre de PODER. (Revista PODER, diciembre 2010)

2.3.1.4.- Fuerzas tecnológicas y científicas

En un mercado competitivo y globalizado, el sector tecnológico puede entregar variables las cuales pueden convertirse en un factor de diferenciación. Los diferentes sistemas de los equipos móviles y estacionarios pasando desde un motor hasta una transmisión,

debido a la competitividad, normas de seguridad, ambientales y de calidad que exige el mercado, son estos cada vez más eficientes y efectivos. Esto implica que dichos sistemas presenten cada vez mayor complejidad tecnológica y por tanto existan herramientas y accesorios especializados necesarios para manejar dichos sistemas, además que los repuestos son cada vez más diferenciados y poco compatibles entre uno y otro equipo. Esto hace que las compañías tengan que invertir y gastar cada vez más en tecnología, entrenamiento, exclusividades de software y repuestos para poder atender una máquina moderna.

Las empresas que no cuenten con presupuestos apropiados para tecnología y flujos constantes de contratos de exclusividad o representación para determinada marca de equipos, están cada vez menos capacitados para prestar un servicio completo, esto además que la demanda de profesionales capacitados es escasa y a la vez costosa.

Las grandes empresas líderes del mercado de equipos y motores tales como Caterpillar, Komatsu, Cummins, entre otros, tienen software exclusivo para el manejo de su información técnico-comercial que implica su marca. Esto hace necesario que la empresa a pesar de contar con equipos modernos, tenga que adquirir o depender constantemente de los dealers del mercado o de la misma matriz, lo que implica un sobre costo y accesos restringido a la información, lo que se convierte en una considerable amenaza.

En años anteriores las actualizaciones y modificaciones en sistemas y equipos eran cada 10 años aproximadamente, hoy los cambios en cuanto a diseño, configuraciones, repuestos y modificaciones es cada dos años y en lo sucesivo el cambio tecnológico se acorta en tiempos. Por tanto y de acuerdo a la demanda del sector privado y ahora estatal que solicitan equipos y componentes con no más de cuatro años de antigüedad, hace que

la inversión en la frecuencia de renovación de activos sea cada vez más corta, llegando en algunas ocasiones a obtener pérdidas por dicho periodo de cambios tan corto; lo que hace más una amenaza que oportunidad por elevado costo del activo.

2.3.1.5.- Fuerzas ecológicas y ambientales

La tendencia global en el cuidado del medio ambiente ha determinado que las empresas en todos los sectores requieran de la implementación de sistemas de gestión ambiental buscando fomentar el control de la aplicación de la legislación mediante el sistema de gestión.

En el sector de servicios para maquinaria pesada, la implementación de sistemas de gestión ambiental van de la mano con las exigencias de homologación por parte de los clientes (sector minero y estado), en este sentido empresas como Omega Tractor's deben certificar procesos amigables ambientalmente como reciclaje de metales de desecho (chatarra) y gestión de los residuos contaminantes como aceites, grasas, residuos de soldadura entre otros, esta buena gestión genera reconocimiento en sus grupos de interés.

2.3.2.- OPORTUNIDADES:

- Formalización y crecimiento de la minería informal y artesanal
- Incremento de presupuestos la inversión pública en obras de infraestructura por parte del estado
- Crecimiento sostenido macroeconómico del país
- Proyectos de infraestructura a cargo del estado, quien da preferencia a las empresas locales

- El desarrollo tecnológico hace mucho más rentable la inversión en capacitación y tecnología
- Las exigencias del mercado por una mejor gestión ambiental permiten una diferenciación con los competidores.

2.3.3.- AMENAZAS:

- Falta de capacidad de ejecución del gasto en proyectos de inversión pública
- Reducción de los ingresos por concepto de canon producto de la desaceleración de las economías industrializadas y reducción del precio de los metales.
- Conflictos sociales que amenazan la industria minera, principal cliente de los servicios para maquinaria pesada
- Las marcas líderes mundiales administran su información tecnológica de tal forma que los dealers y empresas integradoras dependan de ellos
- Corrupción en Entidades del Estado, amarrando procesos o dirigiendo servicios.

2.3.4.- MATRIZ EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (MEFE)

A partir de los análisis realizados en los puntos anteriores y considerando la metodología para la construcción de la Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE), se presenta la Matriz EFE para OMEGA TRACTOR´S.

**TABLA 1: MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES EXTERNOS
(MEFE)**

	Factores determinantes de Éxito	Peso	Valor	Ponderación
Oportunidades				
1	Formalización y crecimiento de la minería informal y artesanal	0.2	2	0.4
2	Incremento de presupuestos la inversión pública en obras de infraestructura por parte del estado	0.1	3	0.3
3	Crecimiento sostenido macroeconómico del país	0.05	3	0.15
4	Proyectos de infraestructura a cargo del estado, quien da preferencia a las empresas locales	0.1	2	0.2
5	El desarrollo tecnológico hace mucho más rentable la inversión en capacitación y tecnología	0.12	2	0.24
6	Las exigencias del mercado por una mejor gestión ambiental permiten una diferenciación con los competidores	0.07	1	0.07
Sub Total		0.64		1.36
Amenazas				
1	Falta de capacidad de ejecución del gasto en proyectos de inversión pública	0.05	1	0.05
2	Reducción de los ingresos por concepto de canon producto de la desaceleración de las economías industrializadas y reducción del precio de los metales.	0.05	2	0.1
3	Conflictos sociales que amenazan la industria minera, principal cliente de los servicios para maquinaria pesada	0.1	2	0.2
4	Las marcas líderes mundiales administran su información tecnológica de tal forma que los dealers y empresas integradoras dependan de ellos	0.09	2	0.18
5	Corrupción en Entidades del Estado, dirigiendo procesos	0.07	2	0.14
Sub Total		0.36		0.67
TOTAL		1		2.03

Valor: 4. Responde muy bien; 3. Responde bien; 2. Responde promedio; 1. Responde mal

FUENTE: Elaboración propia

2.4.5.- LA ORGANIZACIÓN Y SUS COMPETIDORES

2.4.5.1.- Poder de negociación de los proveedores

Los repuestos de maquinaria pesada se consiguen en el país a través de los representantes autorizados o mediante la importación directa a los dealers de marcas reconocidas y alternativas de calidad desde los Estados Unidos; los representantes en el Perú de las marcas más importantes son pocos y tiene precios altos en relación a la oferta internacional, los dealers por el contrario son muchos con precios más competitivos sin embargo no venden repuestos directamente en el Perú, por lo que sus clientes se encargan con el proceso de importación y nacionalización de esos productos.

En estos procesos de compra y posterior importación hay que considerar el manejo de líneas de crédito y el lead time que significa traer mercadería del exterior, por otro lado es necesario evaluar los volúmenes de compra ya que para que una importación sea rentable será necesario comprar un volumen importante.

Un incremento de valor sumamente importante en la cadena de aprovisionamiento de repuestos para maquinaria pesada es la información a través de la transferencia tecnológica que pueden proporcionar las casas matrices de las diferentes marcas a sus representantes o dealers y posteriormente estos compartirla con sus clientes integradores, en otras palabras en el mercado de servicios de reparación para maquinaria pesada es muy valioso el conocimiento técnico y tecnológico al momento de realizar un mantenimiento, reparación o cambio de piezas de la manera más óptima, como si se hiciera en la misma fábrica.

2.4.5. 2.- Poder de negociación de los compradores

Los compradores buscan empresas que ofrezcan soluciones económicas, financieramente favorables, integrales y con el respaldo técnico profesional es por ello que se busca una

empresa que vende repuestos a precios competitivos, en condiciones comerciales atractivas, realiza mantenimientos con equipamiento y personal idóneo, tiene la maquinaria adecuada y suficiente, y por ultimo está en la capacidad de realizar proyectos completos, en este sentido Omega Tractor's tiene ventajas evidentes sobre las demás empresas que brindan los mismos servicios y productos de forma aislada.

2.4.5.3.- Amenaza de los sustitutos

Nuevos productos alternativos a los de marcas reconocidas ingresan día a día al mercado. Tienen un precio mucho más barato debido a que provienen de países de tecnología en crecimiento como la de China, pero de menor calidad que los productos originales como CAT, Komatsu o Volvo. A pesar que éstas empresas de marca reconocida tienen plantas de producción en aquel país, la calidad del producto difiere significativamente de los originales. Del mismo modo ocurre con el servicio de reparación para maquinaria de línea amarilla pues los talleres que ofrecen el servicio no tienen una óptima implementación e infraestructura en cuanto a herramientas, instalaciones y personal calificado y a cambio sus precios tienden a ser más bajos.

2.4.5.4.- Amenaza de los entrantes

Este rubro ofrece las posibilidades para que una empresa con un capital propio o financiado pueda ingresar a competir, dadas las condiciones del crecimiento de la industria minera y de la construcción en la región, en el cual lo primordial es contar con maquinaria (nueva de preferencia) y los contactos para finiquitar algún contrato.

Así mismo la globalización comercial, los contactos de empresas extranjeras en la Web y la facilidad para el proceso de importación; hacen que competidores nuevos puedan

traer repuestos y componentes para comercializarlos en nuestro mercado sin ninguna restricción.

2.4.5.5.- Rivalidad de los competidores

Omega Tractor' tiene una ventaja dentro del rubro de la venta de repuestos para maquinaria pesada a nivel de la región Arequipa ya que los únicos proveedores en la región son Ferreyros como representante de Caterpillar y distribuidores mas pequeños que en su mayoría se abastecen en Lima. La rivalidad directa viene de los dealers de Caterpillar, Komatsu, Volvo y John Deere que están en el extranjero ya que otras empresas de la región Arequipa que cuentan con un volumen de maquinaria importante suelen importar sus propios repuestos sin que esto signifique que los comercialicen.

Algo similar ocurre con el mantenimiento de maquinaria pesada, uno de los pocos talleres importantes en la región que brinda servicios de Mantenimiento y reparación para maquinaria pesada, siempre dejando de lado Ferreyros, es Omega Tractor's sin embargo las empresas que tienen maquinaria pesada en volumen considerable poseen sus propios talleres sin que ellos brinden estos servicios.

En lo referente a la venta de repuestos para maquinaria pesada tenemos como principales competidores a:

- **REDIRED SRL** Es una empresa constituida en el año 1995 dedicada a la Importación de Repuestos para Maquinaria Amarilla tanto en Caterpillar como repuestos alternativos Americanos CTP.

En el transcurso de los años Redired ha venido ganando Mercado debido a su Publicidad como a las relaciones que tiene con Empresas Constructoras y Mineras a Nivel Sur.

Redirendiendo sus productos (repuestos) de Estados Unidos y algunos repuestos los trae de Lima de Proveedores Multinacionales. A comparación de Omega Tractors esta empresa tiene volúmenes de venta similar a Omega Tractors pero traer repuestos Caterpillar Americanos y chinos comercializándolos de acuerdo al cliente asimismo no cuenta con taller de reparación pero posee alianzas con pequeños talleres así captan el servicio y lo tercerizan.

- **PERU TRACTOR SRL** Es una empresa fundada en 1995 con capital estrictamente peruano, con los proyectos y objetivos de negocio para ofrecer atención especializada. Empresa dedicada a la venta de repuestos para maquinaria pesada Caterpillar y Alternativos. A comparación de Omega Tractors es una empresa que tiene volúmenes de venta grandes a nivel Lima y que viene ganando Mercado a nivel Sur, posee precios competitivos y que realiza importaciones a grandes volúmenes mas no cuenta con un taller de reparaciones y trabaja poco con la entidad pública.
- **REPDAPARTS SRL**: Es una empresa sin muchos años en el mercado que se dedica a la venta de repuestos para maquinaria pesada en general y que cuenta con un taller propio pero realiza trabajos de menor envergadura. A comparación de Omega sus volúmenes de venta son pequeños pero viene creciendo poco a poco, sus precios aun no son competitivos

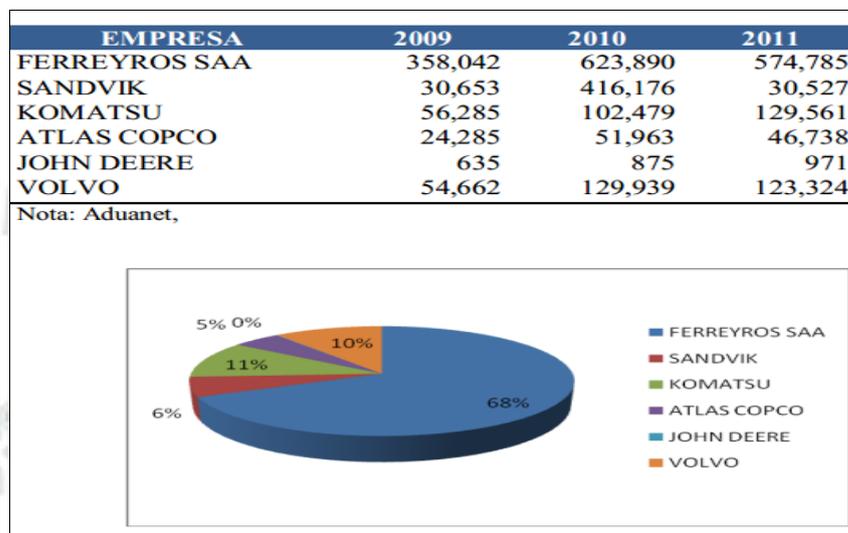
La ventaja que Omega Tractor's posee sobre sus competidores es el amplio taller con el que cuenta, pues allí el personal brinda mantenimiento a los activos propios y muchas veces a los de la competencia, lo cual significa un ingreso y diferenciación sobre las empresas del rubro.

En el mercado de los Equipos pesados tenemos dos referentes principales, estos son Ferreyros y Mitsui, representantes de Caterpillar y Komatsu respectivamente. Omega Tractors mira en ellos a sus referentes a seguir, pero se debe acotar que estas empresas han tenido en las marcas que representan el apalancamiento clave para ser líderes en el mercado. Por tanto nuestra empresa pierde competitividad y mercado al no contar a la fecha con alguna representación de repuestos o equipos pesados importante, de las tantas que existen a nivel mundial.

El mercado peruano de equipos pesados y repuestos está tomado al momento por pocas empresas, pero el ingreso de diferentes marcas europeas y asiáticas debido al crecimiento del sector y económico en general del país hace que empiece la competencia empiece a tornarse bastante duro.

CUADRO 3: PORCENTAJE DE IMPORTACIONES EN VALORES CIF A JUNIO

2011



FUENTE: INEI

- **FERREYROS**

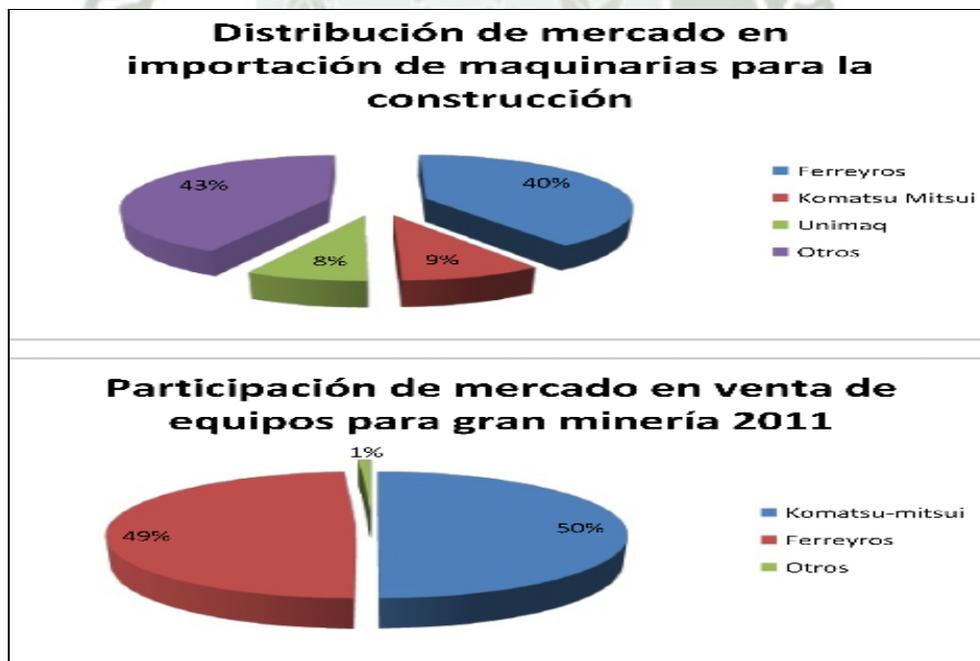
Es la empresa líder en la comercialización de bienes de capital en el país y en la provisión de servicios en este ámbito. Integrante de la corporación Ferreycorp, es distribuidora de Caterpillar desde 1942, así como de otras prestigiosas marcas. Ferreyros además de vender repuestos para Maquinaria Amarilla se dedica a la venta de Equipos, brinda soporte técnico y Alquila Maquinaria. Las ventas de esta empresa al 2012 bordearon cerca de los 1.5 mil millones y como corporación estuvieron alrededor de los 5.5 mil millones.

- **KOMATSU – MITSUI**

Es la segunda empresa del mercado nacional en equipos pesados. Tiene en su fortaleza las marcas Komatsu y Cummins, líderes del rubro de equipos y motores. Las ventas proyectadas para el 2012 bordearon los 680 millones. Esta fusión a pesar de su relativa juventud (2009), ha crecido considerablemente en el mercado, llegando a situarse en un expectante segundo lugar.

En la Figura vemos como Mitsui-Komatsu ha avanzado en lo que refiere a colocación de equipos pesados. Superando incluso ligeramente a Ferreyros en lo relacionado a equipos de minería.

CUADRO:4 PARTICIPACIÓN DEL MERCADO CONSTRUCCIÓN Y
MINERO



FUENTE : INEI

2.4.5.6.- MATRIZ PERFIL COMPETITIVO (MPC) Y MATRIZ PERFIL
REFERENCIAL (MPR)

TABLA 2: MATRIZ PERFIL COMPETITIVO (MPC)

	Factores clave de éxito	Peso	Omega Tractor's		Redired SRL		PeruTractors		RepdaParts	
			Valor	Pond	Valor	Pond	Valor	Pond	Valor	Pond
1	Transferencia tecnológica de marcas globales y/o representantes	0.15	1	0.15	1	0.15	1	0.15	1	0.15
2	Líneas de crédito de proveedores internacionales	0.08	3	0.24	2	0.16	2	0.16	2	0.16
3	Compra directa a casas matrices o distribuidores internacionales	0.15	3	0.45	2	0.3	2	0.3	1	0.15
4	Oferta de servicio integral (venta de repuestos, servicios de mantenimiento y alquiler de maquinaria)	0.15	3	0.45	3	0.45	3	0.45	2	0.3
5	Capacidad de financiamiento para los compradores	0.07	2	0.14	2	0.14	3	0.21	3	0.21
6	Pull de maquinarias suficiente y eficiente	0.1	1	0.1	2	0.2	3	0.3	2	0.2
7	Cobertura en toda la región sur del Perú	0.07	2	0.14	3	0.21	3	0.21	3	0.21
8	Contar con talleres de reparación con capacidad de atención suficiente	0.08	2	0.16	1	0.08	1	0.08	1	0.08
9	Planilla Profesional y Técnica calificada y Capacitada	0.1	2	0.2	2	0.2	2	0.2	2	0.2
10	Cientes de valor y leales	0.05	2	0.1	2	0.1	2	0.1	2	0.1
	Total	1		2.13		1.99		2.16		1.76

FUENTE: Elaboración propia

TABLA 3:MATRIZ PERFIL REFERENCIAL (MPR)

	Factores clave de éxito	Peso	Omega Tractor's		Ferreyros		Mitsui-Komatsu	
			Valor	Pond	Valor	Pond	Valor	Pond
1	Transferencia tecnológica de marcas globales y/o representantes	0.15	1	0.15	4	0.6	4	0.6
2	Líneas de crédito de proveedores internacionales	0.08	3	0.24	3	0.24	3	0.24
3	Compra directa a casas matrices o distribuidores internacionales	0.15	3	0.45	4	0.6	4	0.6
4	Oferta de servicio integral (venta de repuestos, servicios de mantenimiento y alquiler de maquinaria)	0.15	3	0.45	3	0.45	3	0.45
5	Capacidad de financiamiento para los compradores	0.07	2	0.14	4	0.28	3	0.21
6	Pull de maquinarias suficiente y eficiente	0.1	1	0.1	4	0.4	3	0.3
7	Cobertura en toda la región sur del Perú	0.07	2	0.14	4	0.28	3	0.21
8	Contar con talleres de reparación con capacidad de atención suficiente	0.08	2	0.16	3	0.24	3	0.24
9	Planilla Profesional y Técnica calificada y Capacitada	0.1	2	0.2	3	0.3	3	0.3
10	Clientes de valor y leales	0.05	2	0.1	3	0.15	2	0.1
	Total	1		2.13		3.54		3.25

FUENTE: Elaboración propia

2.4.- EVALUACIÓN INTERNA

Según D'Alessio (2008), el análisis interno debe tener como objetivo encontrar las fortalezas y neutralizar las debilidades de la organización.

2.4.1.- Administración y Gerencia de Omega Tractor's(A)

Como dice D'Alessio (2008), la principal causa de la crisis en las organizaciones es la gerencia, la gerencia es clave para el éxito, como lo es para el fracaso. El único órgano de dirección en la empresa está a cargo de la Gerencia General que la ejerce el accionista mayoritario Jose Zevallos Lisarazo, los demás accionistas familiares y minoritarios no ejercen ninguna función de dirección. La gerencia de Omega Tractor's es de carácter todista y autocrático, ya que es el gerente el que debe y tiene que decidir situaciones menores como aprobar un vale de combustible, hasta situaciones mayores como la de adquirir una maquinaria nueva, usando como única valuación de análisis su propio criterio personal, burocratizando el accionar de la empresa haciéndola tan ágil como es la respuesta del gerente general.

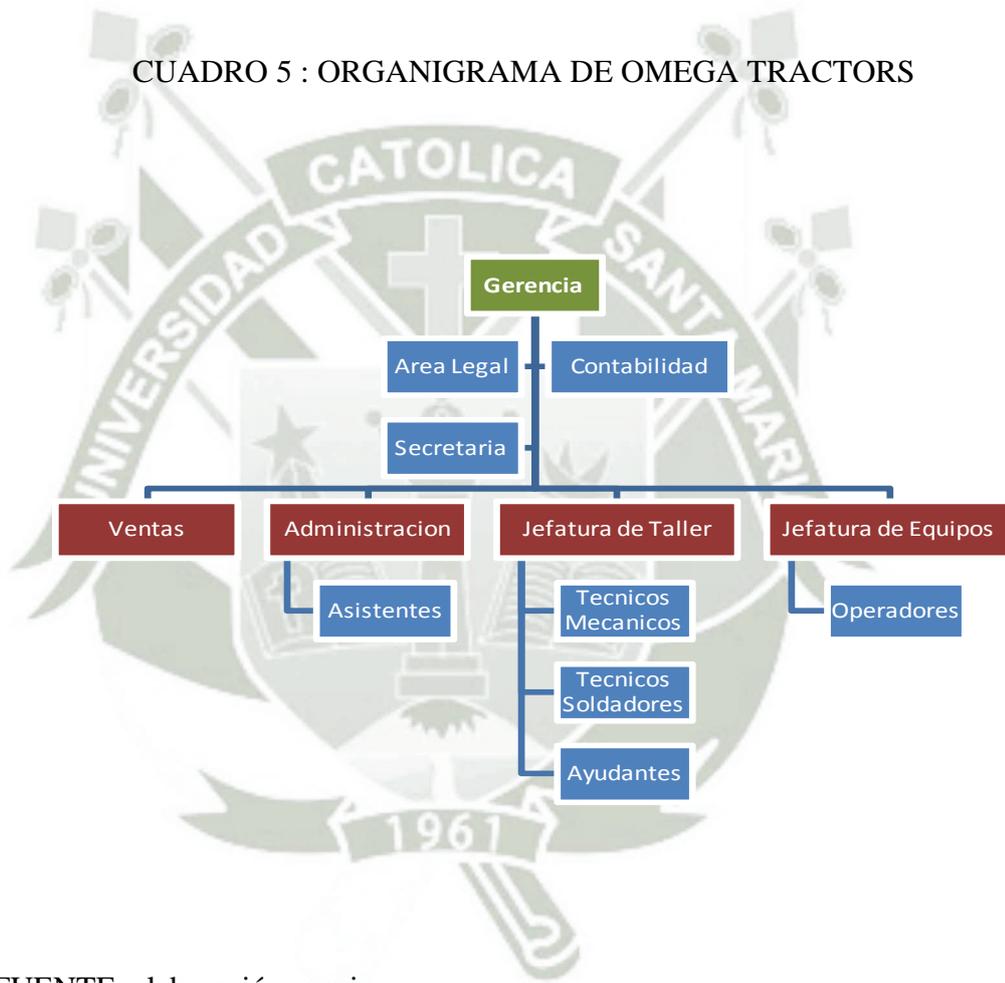
El gerente basa usualmente sus decisiones en su vasta experiencia, más no en un análisis de la situación apoyado por estudios, investigaciones o procesos. Es por eso que es difícil romper paradigmas con las que se rige el desarrollo de la compañía constituyéndose una amenaza al no considerar información o aspectos técnicos que darían mayor peso a las decisiones disminuyendo el riesgo sin dejar de lado la valiosa experiencia con la que cuenta la compañía.

El gerente personalmente cuenta con una gran solvencia y reputación en el mercado del que participa hace más de 15 años, reconocido tanto por sus clientes, proveedores, competidores y su personal. Sin embargo la efectividad en la toma de decisiones se ve

mermada por la necesidad de que el tome toda decisión sin delegación de funciones y responsabilidades, sin embargo el control en la compañía se ha mantenido por la misma personalidad del Gerente.

Adicionalmente en la parte de dirección solo se encuentran órganos externos de asesoría como son Contabilidad y el Área Legal, y jerárquicamente el siguiente nivel solo realiza funciones transaccionales para nada ligadas con la planeación, dirección o control.

CUADRO 5 : ORGANIGRAMA DE OMEGA TRACTORS



FUENTE: elaboración propia

2.4.2.- Marketing y Ventas (M)

La empresa ofrece a los clientes, un mix de productos y servicios. Pues al englobar gran parte del círculo del negocio de los equipos pesados hace interesante para el cliente tomar todo el servicio que requiere para su equipo y proyecto con la misma empresa. Analizando las 4P's para la empresa tenemos:

2.4.2.1.- PRODUCTO.

Los repuestos que comercializa los importa principalmente de Estados Unidos, por lo tanto ofrece a sus clientes productos de marcas reconocidas que cumplen altamente sus requerimientos y necesidades y a precios competitivos; también oferta repuestos de marcas alternativas reconocidas en el mercado americano y canadiense, siendo de gran aceptación dentro de sus clientes, en este sentido del total de repuestos que comercializa la compañía un 35% son repuestos originales Caterpillar y otro 40% de la marca alternativa CTP, el restante 25% se completa con otras marcas alternativas y otros repuestos y suministros como filtros y elementos de corte de diversas marcas que se compran a proveedores ubicados en la ciudad de lima como MYM y SandvikPeru.

Actividades de la Empresa:

A. VENTA DE REPUESTOS

- Bombas Hidráulicas:

Tipo Vickers de Piñones, Pistones Rotativas

- Filtros Americanos:

Petróleo, Aceite, Transmisión, Hidráulico, Aire, Racord. en marcas originales:

Caterpillar, Donaldson (U.S.A.)

- Sistemas de Rodamientos para Excavadoras y Tractores:

- Cadenas Secas y Lubricadas.
- Carriles inferiores, pestaña simple y doble.
- Zapatas de Oruga de Tractores y Excavadoras.
- Ruedas Guías.
- Segmentos de Sprokets.

- Herramientas de Corte:

- Cuchillas.
- Cantoneras.
- Sobre cantoneras.
- Uñas.

- Pernos y Tuercas Especiales

Para Diferentes Usos:

- Cuchillas.
- Cantoneras.
- Sobre cantoneras.
- Zapatas.

- Lubricantes:
 - Sistema Hidráulicos.
 - Aceites de Motor.
 - Transmisión.
 - Mandos finales.
 - Refrigerantes.
- Repuestos y Accesorios en General:
 - Empaques
 - Sellos
 - Inyectores
 - O-ring
 - Correas
 - Discos
 - Platos

B. REPARACION DE MAQUINARIA EN GENERAL Y MAESTRANZA

Reparación de Maquinaria en General

Motores, Transmisiones, Sistemas Hidráulicos, Bombas Hidráulicas, Convertidores, Mandos Finales, Turbos, Diferenciales y Coronas, Reparación de cucharones, reparación de sistemas de rodamiento

- Servicios de Mantenimiento y Reparación en el Campo y en nuestros Talleres.
- Evaluación de Equipos a Máquina Abierta o Cerrada.
- Reparación de sistema de rodamiento y cadenas

C. ALQUILER DE MAQUINARIA PESADA

2.4.2.2.- PRECIO.

OMEGA TRACTORS es importador directo de marcas reconocidas en el mercado de Maquinaria Amarilla y de Movimiento de Tierras, el importar los repuestos le permite a la empresa generar un mayor margen de contribución y por lo tanto manejar un precio más competitivo de acuerdo al mercado llegando muchas veces a tener precios al mismo rango que el propio representante de Caterpillar en el Perú.

Respecto a los repuestos de la marca Caterpillar estos son comprados en dólares y vendidos en dólares la gran mayoría de veces lo que no le afectaría considerablemente si hay una variación significativa en el tipo de cambio, el margen que se obtiene en la venta de esta marca va de 25 a 30 % dependiendo del volumen de compra así como las ofertas que lanzan los Dealers en Estados Unidos cabe mencionar que los precios cambian dos veces al año por lo que mandan la actualización de los mismos un mes antes.

En cuanto a marcas Alternativas estas son compradas en dólares y vendidas en soles, todo esto en función al mercado, siendo más vulnerables por variaciones en el tipo de cambio sin embargo generan mejores márgenes para la compañía que van entre el 30 y el 40 %. En lo referente a filtros y productos de corte comprados a proveedores de la capital se cuenta con un margen del 25 a 30 % debido a los precios que les brindan por ser cliente

exclusivo además de tener una alianza con la empresa MYM así mismo la empresa cuenta con líneas de crédito amplias y facturas a 30 y 60 días.

2.4.2.3.- DISTRIBUCION.

La importación de repuestos se hace mediante Dealers ubicados en Estados Unidos y con los que se viene trabajando desde hace años atrás por la confiabilidad y garantía que éstos brindan a la Empresa, son estos Dealers los que al recibir la Orden de Compra se encargan de despachar la mercadería solicitada hasta puerto Callao, una vez en puerto se cuenta con un agente de aduanas que se encarga de realizar el desaduanaje respectivo para que finalmente sea despachado por una Empresa de Transportes de la confianza de la empresa tanto en precio como en puntualidad para que finalmente sea recibido en las instalaciones de la empresa para su verificación respectiva, ingreso al sistema y ubicación respectiva en los almacenes que cabe mencionar en este año se ampliaron para una mejor ubicación. Cuando se requiere de un producto el personal de ventas que cuenta con experiencia mas no con capacitación constante ingresa al sistema y ubica el repuesto y brinda un precio de acuerdo al cliente y es entregada la mercadería o mediante orden de compra vía email o teléfono se arma el pedido y se despacha mediante el transporte que el cliente seleccione.

La empresa Omega Tractors no cuenta con una red de ventas y sus canales de distribución son bastante reducidos, a pesar de ello tiene cobertura en toda la región sur, ampliando su mercado al departamento de Madre de Dios, donde la minera artesanal e informal está en proceso de formalización y han incrementado su demanda para estos repuestos.

2.4.2.4.- PROMOCIÓN.

La empresa Omega Tractors tiene como punto fuerte la venta personalizada que brinda a sus principales clientes dándoles asesoría respecto a los repuestos y al mantenimiento de sus Maquinarias así mismo se absuelve dudas de los clientes.

Cuentan con una página web bastante sencilla donde el cibernauta podrá encontrar información básica respecto a la empresa, los productos y servicios que ofrece, ubicación, teléfonos y emails (www.omegatractors.com). Así mismo se encuentran registrados en las páginas amarillas tanto en la Web como en los libros físicos para su fácil ubicación y contacto; mantienen una cuenta en Facebook para tener presencia en las redes sociales y finalmente se cuenta con Brochures digitales que son enviados vía email de vez en cuando a empresas que compran por primera vez o que por conocimiento del mercado se sabe que requieren del servicio

En la actualidad el testimonio de cada uno de sus clientes satisfechos es su mejor promoción (promoción boca a boca). En términos generales no cuentan con un plan de promoción que potencie sus ventas.

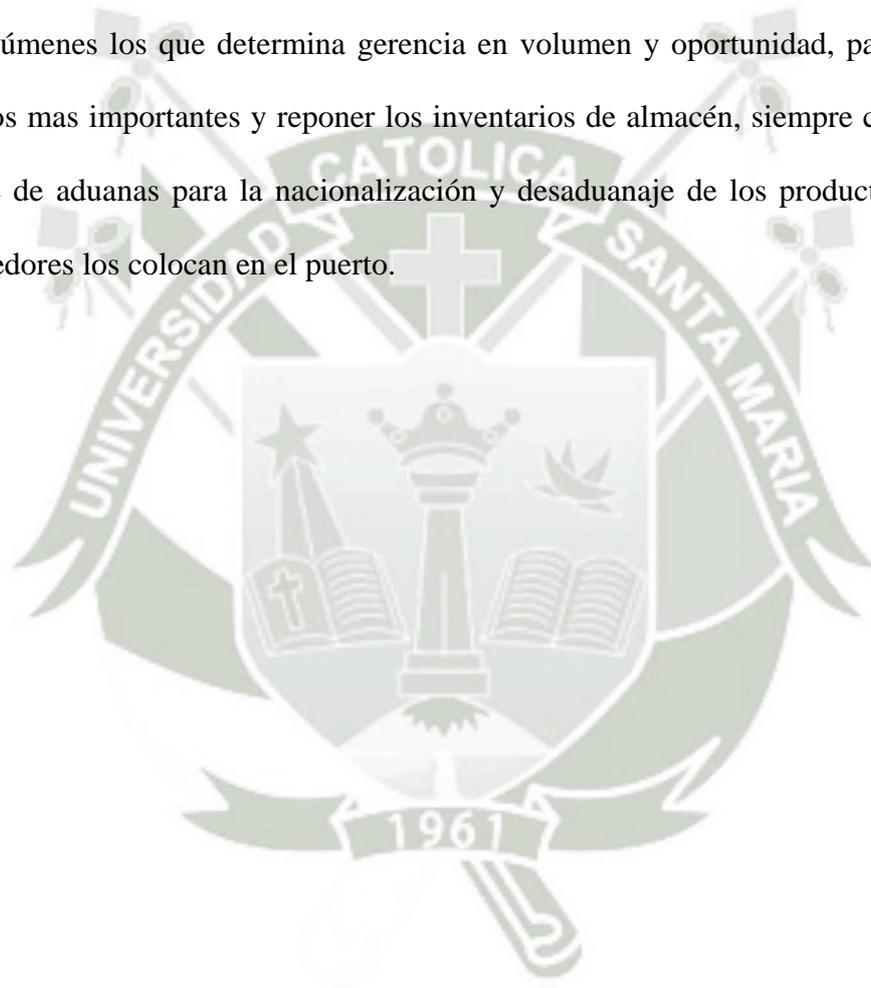
En fiestas de fin de año se otorgan canastas y regalos especiales a sus principales clientes y se regalan almanaques del año en curso, así mismo se cuenta con suvenires como gorras, lapiceros que son entregados a sus clientes frecuentes durante el año

2.4.3.- Operaciones y logística. Infraestructura (O)

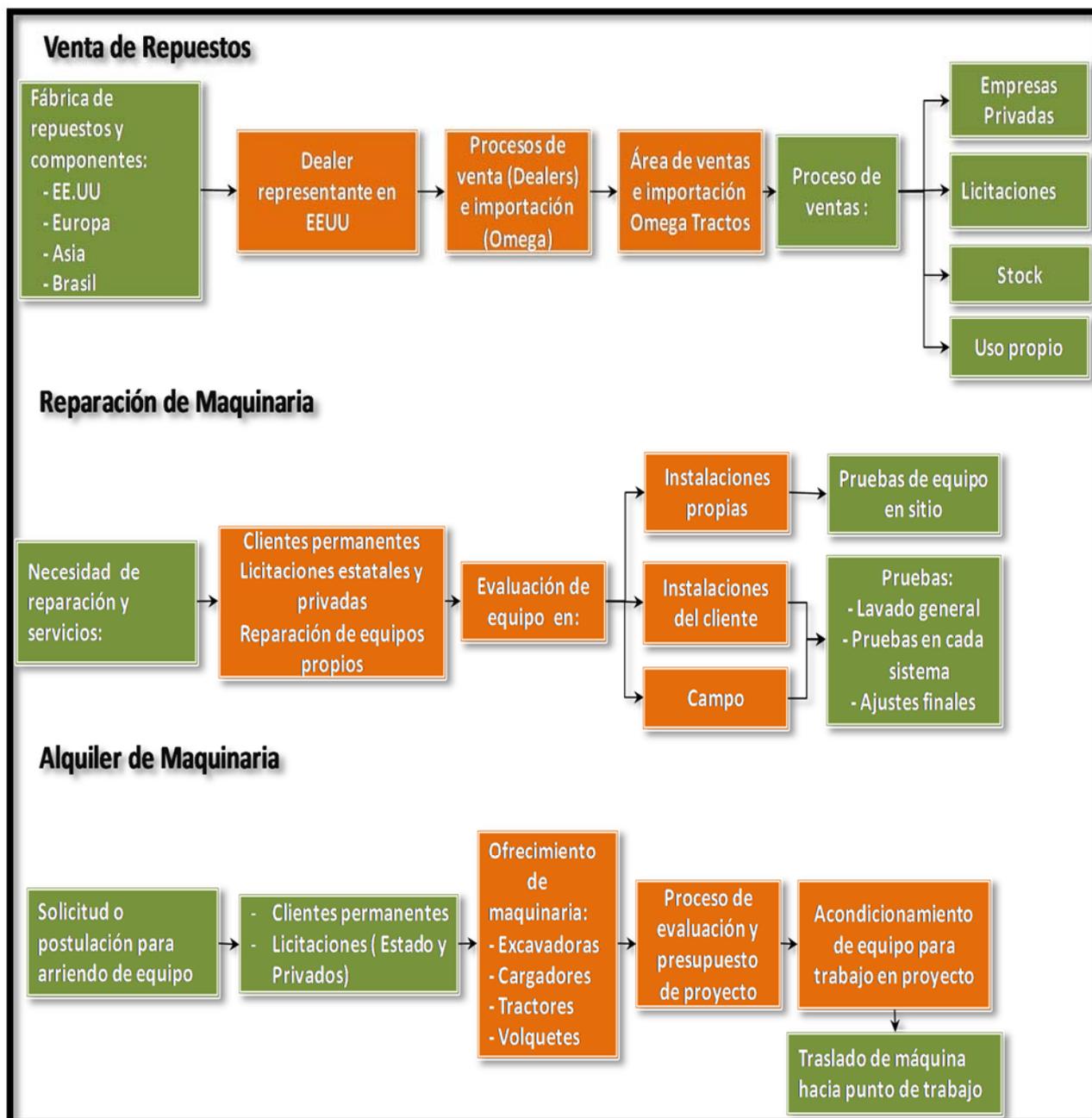
En el campo de Operaciones y Logística, las operaciones de la empresa se desarrollan principalmente en la región Sur del país, la ubicación de la Planta (Talleres y Oficinas)

son privilegiadas ya que se encuentran ubicados en la zona industrial de la Ciudad de Arequipa, esto en el kilómetro 2,5 de la Carretera Variante de Uchumayo. Además el área de terreno de 2000 metros y una adecuada infraestructura, contando con oficinas, tiendas de venta, zonas de levado, reparación, patio de maniobras y acceso directo a avenida.

Parte fundamental en la venta de repuestos es el proceso de importación donde Omega Tractor's tiene mucha experiencia, la que se refleja en su eficiencia de costos y manejo de volúmenes los que determina gerencia en volumen y oportunidad, para atender los pedidos mas importantes y reponer los inventarios de almacén, siempre contratando un agente de aduanas para la nacionalización y desaduanaje de los productos ya que los proveedores los colocan en el puerto.



CUADRO 6 : PROCESO DE TRABAJO DE OMEGA TRACTORS



FUENTE: Elaboración propia

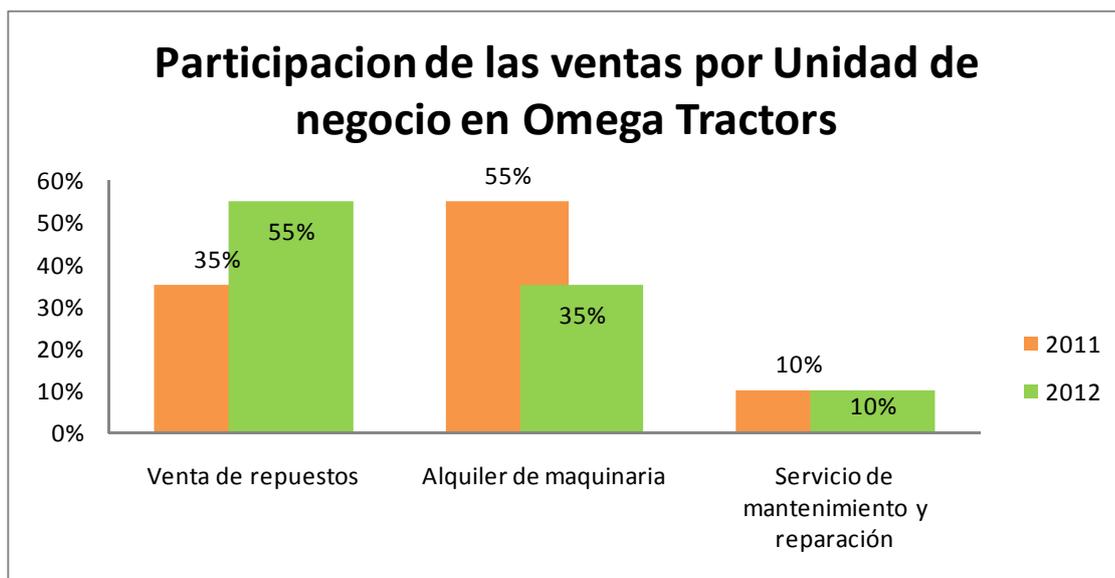
2.4.4.- Finanzas y contabilidad (F)

Según mencionó D'Alessio (2010, p.176), el área de finanzas es la responsable de obtener los recursos económicos y de otra índole tanto externos como internos para que la organización funcione y exprese los resultados y cómo ha sido la manera en que ha operado. Dichos resultados se verán expresados mediante ratios y otros indicadores que muestren su variación.

El análisis realizado en cuanto a la variación que han tenido las partidas de los estados financieros entre ambos periodos (análisis horizontal), indica para el estado de ganancias y pérdidas un incremento en las ventas del 89% producto de del incremento de ventas de repuestos en el mercado de minería artesanal e informal, teniendo en cuenta que se facturo hasta S/. 200,000 en boletas de venta producto de la venta a este sector. Dentro de las partidas del balance general, el análisis horizontal indica que la empresa disminuyó en su totalidad la cuenta Caja y Bancos hasta llegar a cero y sobregirarse en el periodo 2012 en S/.69,507 debido a que tuvo que sanear las acreencias producto de las deudas contraídas con los bancos, y que financian compra de maquinarias para la empresas del grupo y la compra y construcción de un nuevo taller en el 2013, esto revela que la empresa transmite confianza a las entidades financieras pues se consiguió un préstamo por S/.283,517, debido también a que presentó una capitalización de utilidades que hizo incrementar el capital social en 232%, esta gestión de capitalización se realizó para generar mayor solvencia y poder obtener opciones de financiamiento mayores. Hubo un aumento de 75% en compra de mercaderías (repuestos) que es en dónde la empresa ha destinado la mayor inversión en el último periodo y el pilar del core del negocio. La disminución de las cuentas por cobrar comerciales con terceros (del 71%) se debe a una

mayor gestión en la recuperación, orientada al financiamiento de las nuevas adquisiciones de la empresa.

CUADRO 7: PARTICIPACIÓN DE LAS VENTAS POR UNIDAD DE
NEGOCIO 2011-2012



FUENTE: Elaboración propia

En el análisis financiero de los ratios de los periodos 2011 y 2012, la prueba ácida reflejó que la capacidad de pago aumentó de 0.91 a 1.15, debido a que en el periodo 2012 las cuentas por cobrar a relacionadas aparecen como la parte más importante del activo (con 28% del total del activo, según el análisis vertical del periodo 2012), sólo después de los activos fijos. La caída a cero de la partida de caja y bancos y las cuentas por cobrar comerciales (sólo el 5% del valor total del activo) se vieron contrarrestadas por las cuentas

por cobrar a relacionadas que si bien no podemos considerar como activo corriente, la compañía si tiene capacidad de acción sobre estos.

El pasivo de la empresa está estructurado en un 50% de pasivo corriente y 50% de pasivo a largo plazo, es se vio incrementado por los préstamos que se tomaron para la compra de maquinaria y la obra en curso del nuevo local, así como la importación de repuestos para stock y pedidos específicos.

Finalmente se debe mencionar que la empresa no cuenta con presupuestos de ingresos y gastos. A pesar de algunas acertadas decisiones en materia financiera ésta herramienta es muy importante para cimentar proyecciones y planes a futuro.

2.4.5.- Recursos Humanos (H)

Debido a que existe demanda de profesionales y mano de obra en el rubro, la empresa no ha concretado una política de retención de personal. Lo que hace la constante rotación y fuga de talentos en todas sus líneas. Por tanto es necesario crear un plan de capacitaciones, incentivos económico-sociales y concientización en el personal.

En los procesos de selección y contratación la empresa opta por el recurso más económico, siendo esta muy pocas veces la mejor elección; ya que cuando asumen funciones es cuando se mide el grado real de conocimiento y experiencia en el rubro. Esto implica esfuerzos y tiempo en entrenarlos en vano, ocasionándole gastos innecesarios a la empresa.

La contratación y selección está totalmente manejada por la gerencia, sin el uso de mecanismos de selección de personal profesionalizados a cargo de terceros que aseguren perfiles idóneos para cada función.

2.4.6.- Sistemas de información y comunicaciones (I)

La empresa cuenta con diferentes paquetes informáticos en la parte administrativa. Cuenta con soporte informático para el manejo de los inventarios y almacenes necesario por la gran variedad de repuestos y componentes, así mismo para llevar la contabilidad y finanzas de la empresa. Toda esta información alimenta positivamente a la gerencia para las toma de decisiones principalmente de inversión y comerciales, aunque algunas veces las decisiones siguen siendo basadas en experiencia.

Los software y la información original actualizada y especializada de las diferentes marcas cada vez agrega más valor a este negocio ya que la especialización y el avance tecnológico hace indispensable contar con esta información la que casi en su totalidad son facilitadas a los dealers representantes de cada marca, por lo que la posibilidad de adquirir esta información es muy remota y lo que opta la empresa es obtener información no oficial con el riesgo de no ser lo suficientemente veras, completa y actualizada.

Respecto a la parte técnica es vital contar con licencias y paquetes de las líneas de equipos más comerciales, caso contrario es complicado atender y resolver problemas de una máquina. La empresa cuenta con información dura y en computadora la cual está abierta al personal técnico para el trabajo diario. En cuanto a los sistemas de comunicación como telefonía, redes e internet; la empresa camina sólida, pues se ha invertido en contar con

hardware y software actualizado y que este se encuentre al alcance de los empleados para que la comunicación fluya de la mejor forma en los diferentes procesos.

2.4.7.- FORTALEZAS

- La compañía cuenta con reconocimiento y trayectoria en el mercado. Lo que hace atractiva para clientes, proveedores y es una oportunidad para jóvenes técnicos para iniciar su carrera.
- La oferta comercial de Omega Tractor's es integral, al ofrecer repuestos con garantía, precios competitivos, servicios y arriendo de equipos.
- La empresa cuenta con experiencia en ventas y aprovecha los beneficios de la importación de repuestos y maquinaria.
- La empresa cuenta con infraestructura adecuada en cuanto a tamaño, implementación y ubicación para el rubro de negocio.
- Credibilidad crediticia, la empresa cumple puntualmente con sus pagos por préstamos bancarios para capital de trabajo.
- Presencia e incremento de ventas en el segmento de Minería informal y artesanal, fundamentalmente en los departamentos de Puno y Madre Dios.

2.4.8.- DEBILIDADES

- El poder de decisión y negociación se encuentra excesivamente concentrado en la Gerencia.
- La empresa no cuenta con un área comercial y plan de Marketing desarrollada para atender al sur del país.

- La empresa no cuenta con certificación y homologaciones en sus procesos que la haría más atractiva para el mercado.
- Dado que el mercado requiere técnicos con experiencia, la rotación del personal calificado es constante. Carece de política de retención de personal.
- No hay un mecanismo que asegure a la gerencia información valiosa para la toma de decisiones y evitar las decisiones basadas solo experiencia.
- Al no ser representante de las marcas más comerciales del mercado, no se cuenta con información técnica de forma oficial, oportuna y actualizada.
- Se tiene aproximadamente un 20% del inventario sin rotación



2.4.9.- Matriz Evaluación de Factores Internos (MEFI)

TABLA 4: .- MATRIZ EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (MEFI)

Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)			
Factores determinantes de Éxito	Peso	Valor	Ponderación
La compañía cuenta con reconocimiento y experiencia en el mercado. Lo que hace atractiva para clientes, proveedores y es una oportunidad para jóvenes técnicos para iniciar su carrera.	0.14	4	0.56



FUENTE: Elaboración propia

La ponderación obtenida en la matriz MEFI, indica que la empresa tiene una posición interna fuerte, según lo mencionado por D'Alessio (2008, p.185)

2.5.- MATRICES DE EVALUACIÓN

2.5.1.- Matriz de Fortalezas Oportunidades Debilidades Amenazas (MFODA)

La matriz FODA, como se muestra en la Figura X en su primer cuadrante FO propone estrategias relacionadas con reforzarlos aspectos dirigidos a ampliar y cambiar el campo de acción de la empresa, tanto interna como externamente. En el cuadrante FA la inversión es la propuesta primordial que genere el cambio desde adentro, así como la conformación de alianzas con proveedores foráneos en pos de la reducción de costos. El cuadrante DO propone la desconcentración de poder por medio de la creación de una nueva sección en la empresa y la búsqueda de certificaciones y planes que logren la mejora de la imagen de la marca de la empresa. Finalmente el cuadrante DA muestra en sus estrategias la agresividad en consolidar a la empresa desde las jerarquías altas con una nueva gerencia, la búsqueda de representación de marcas globales en el rubro y la formación de vínculos con entes similares a Omega Tractor´s.

TABLA 5 : .- MATRIZ DE FORTALEZAS OPORTUNIDADES DEBILIDADES AMENAZAS (MFODA)

Matriz Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, y Amenazas (FODA)

		FORTALEZAS		DEBILIDADES	
	F1	La compañía cuenta con reconocimiento y trayectoria en el mercado. Lo que hace atractiva para clientes, proveedores y es una oportunidad para jóvenes técnicos para iniciar su carrera.	D1	El poder de decisión y negociación se encuentra excesivamente concentrado en la Gerencia.	
	F2	La oferta comercial de Omega Tractor's es integral, al ofrecer repuestos con garantía, precios competitivos, servicios y arriendo de equipos.	D2	La empresa no cuenta con un área comercial y plan de Marketing desarrollada para atender al sur del país.	
	F3	La empresa cuenta con experiencia en ventas y aprovecha los beneficios de la importación de repuestos y maquinaria.	D3	La empresa no cuenta con certificación y homologaciones en sus procesos que la haría más atractiva y competitiva para el mercado.	
	F4	La empresa cuenta con infraestructura adecuada en cuanto a tamaño, implementación y ubicación para el rubro de negocio.	D4	No hay un mecanismo que asegure a la gerencia información valiosa para la toma de decisiones.	
	F5	Alto compromiso de los socios evidenciado por la capitalización de los resultados acumulados	D5	Al no ser representante o distribuidor autorizado de las marcas más comerciales del mercado, no se cuenta con información técnica de forma oficial, oportuna y actualizada.	
	F6	Cobertura en el segmento de Minería informal y artesanal, fundamentalmente en los departamentos de Puno y Madre Dios.	D6	Se tiene aproximadamente un 20% del inventario sin rotación	
OPORTUNIDADES		Estrategias FO Explote		Estrategias DO Busque	
O1	Formalización y crecimiento de la minería informal y artesanal	FO1	Afianzar y Desarrollar las ventas de repuestos en los sectores de minería informal y artesanal en las regiones de Puno y Madre de Dios aprovechando los vínculos establecidos por la compañía durante el 2012 y 2013 y el reconocimiento en el sector. (O1, F1, F3, F6)	DO1	Desarrollo del área comercial que permita la desconcentración de poder en la Gerencia y aprovechar las oportunidades de una economía en crecimiento en nuevos mercados y ganar participación en el mercado existentes. (D1-D2-O1)
O2	Incremento de presupuesto de la inversión pública en obras de infraestructura por parte del estado financiado por impuestos y canon minero	FO2	Aprovechar la capitalización de la empresa para obtener el financiamiento necesario para renovar la flota de maquinaria pesada con tecnología de vanguardia (O5, F5)	DO2	Eliminar de forma eficiente, económica y socialmente responsable el inventario inmovilizado cuidando que sea un proceso que genere valor a la compañía (O6, D7)
O3	Crecimiento sostenido macroeconómico del país	FO3	Incrementar la participación de forma directa o indirecta en los nuevos proyectos mineros y ampliaciones (O4, F2)	DO3	Certificar y homologar los principales procesos de la compañía, para obtener mejores oportunidades en el mercado; además de implementar sistemas de gestión integrados que eleven los estándares en las operaciones de la empresa (O6, D3, D5)
O4	Nuevos proyectos de inversión y ampliaciones en el sector de la gran minería en el sur del país.			DO4	Desarrollar planes de acción para anticipar las oportunidades en base a la información de proyectos públicos y privados. (O2, D5)
O5	El desarrollo tecnológico hace mucho más rentable la inversión en capacitación y tecnología				
O6	Las exigencias del mercado por una mejor gestión ambiental, de seguridad y salud permiten una diferenciación con los competidores				
AMENAZAS		Estrategias FA Confronte		Estrategias DA Evite	
A1	Competidores en venta de repuestos con mayor capacidad de ofrecer mejores precios en base a sus representaciones y volúmenes de compra	FA1	Desarrollar alianzas comerciales con proveedores extranjeros que mejoren nuestra eficiencia en costos para disminuir el riesgo de perder en una confrontación de precios (A2, F3)	DA1	Contratar un gerente comercial de reconocida trayectoria y experiencia en el rubro que impulse a la empresa a un nivel de mayor competitividad a través de un área comercial autónoma y que lidere a toda la compañía. (D1-D2-A2)
A2	Reducción de los ingresos por concepto de canon y regalías, producto de la desaceleración de las economías industrializadas y reducción en el precio de los metales.	FA2	Invertir en información técnica y tecnológica para ofrecer al mercado soluciones alternativas a las propuestas por los representantes exclusivos de marcas globales. (A2, A5, A6, F1, F2, F4, F6)	DA2	Consolidar el proceso de profesionalización de la compañía a través de la formación de cuadros técnico-profesionales para las gerencias y jefaturas. (A2, D1, D3)
A3	Conflictos sociales que amenazan la industria minera, principal cliente de los servicios para maquinaria pesada			DA3	Representar y distribuir una marca global que tenga presencia expectante en el Perú como son KOBELCO (USA), LIEBHERR (Suiza) y DOOSAN (China), de igual forma ser representante de la marca alternativa CTP que es la principal marca de repuestos alternativos Caterpillar. (D6, A5)
A4	Las marcas líderes mundiales administran su información tecnológica y comercial de tal forma que los dealers y empresas integradoras dependan de ellos			DA4	Establecer vínculos comerciales con otras empresas complementarias para conformar consorcios que permitan participar en proyectos de envergadura (O2, D5)
A5	Para evitar la obsolescencia tecnológica requiere una constante inversión en activos de capital				

FUENTE: Elaboración propia



2.5.2.- Matriz Posición Estratégica y Evaluación de la Acción (MPEYEA)

Según D'Alessio (2008, p.290) el polígono puede tomar diferentes formas si solo se analiza el vector las decisiones podrían no ser las mejores, es importante analizar el polígono que genero el vector, en este sentido, vemos que la industria es favorable y es una industria en desarrollo y el entorno sin embargo no es favorable ya que los competidores tienen ventajas importantes y no hay barreras de ingreso para nuevos participantes, en lo referente a fortalezas financieras la compañía muestra un desenvolvimiento aceptable y por último la compañía tiene ventajas competitivas que la colocan en una posición expectante.

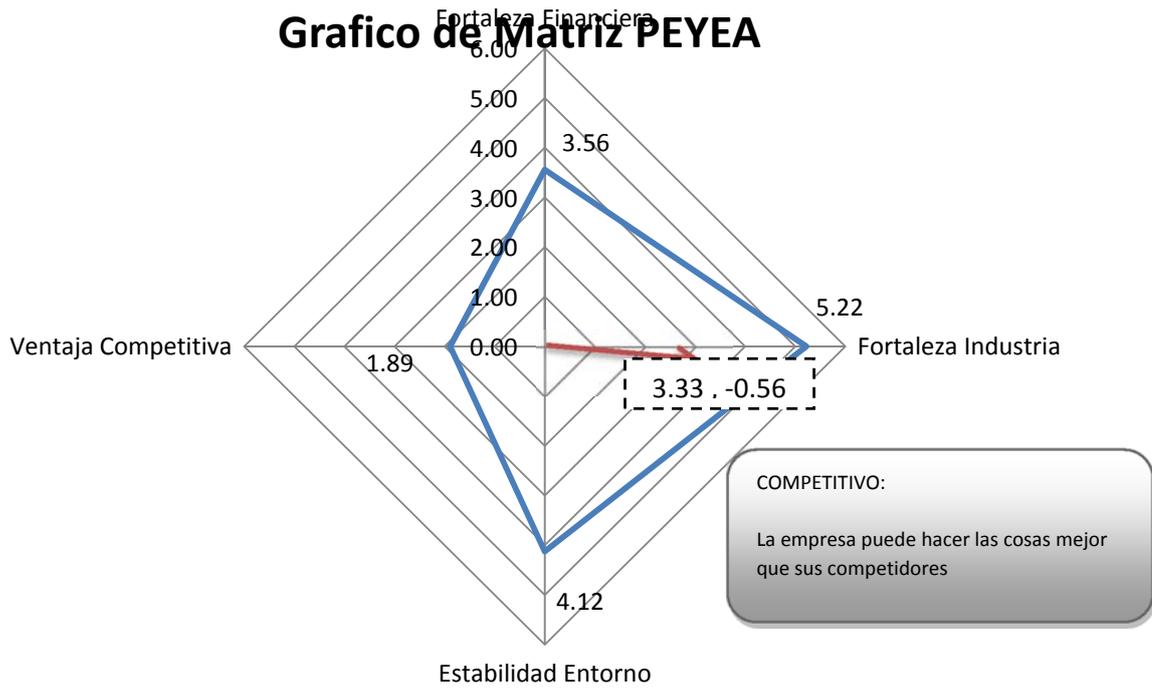
TABLA 6: MATRIZ POSICIÓN ESTRATÉGICA Y EVALUACIÓN DE LA ACCIÓN

Posición estratégica externa		Posición estratégica interna	
Factores determinantes de la fortaleza de la industria (FI)		Factores determinantes de la ventaja competitiva (VC)	
1. Potencial de crecimiento	5	1. Participación en el mercado	3
2. Potencial de utilidades	5	2. Calidad del producto	5
3. Estabilidad financiera	5	3. Ciclo de vida del producto	6
4. Conocimiento tecnológico	5	4. Ciclo de reemplazo del producto	6
5. Utilización de recursos	6	5. Lealtad del consumidor	0
6. Intensidad de capital	5	6. Utilización de la capacidad de los competidores	1
7. Facilidad de entrada al mercado	5	7. Conocimiento tecnológico	5
8. Productividad/utilización de la capacidad	6	8. Integración vertical	5
9. Poder de negociación de los productores	5	9. Velocidad de introducción de nuevos productos	6
	Promedio = 5.22		Promedio - 6 = -1.89
Factores determinantes de la estabilidad del entorno (EE)		Factores determinantes de la fortaleza financiera (FF)	
1. Cambios tecnológicos	1	1. Retorno en la inversión	2
2. Tasa de inflación	5	2. Apalancamiento	3
3. Variabilidad de la demanda	1	3. Liquidez	3
4. Rango de precios de productos competitivos	0	4. Capital requerido versus capital disponible	5
5. Barreras de entrada al mercado	1	5. Flujo de caja	2
6. Rivalidad/presión competitiva	1	6. Facilidad de salida del mercado	5
7. Elasticidad de precios de la demanda	1	7. Riesgo involucrado en el negocio	5
8. Presión de los productos sustitutos	5	8. Rotación de inventarios	2
	Promedio - 6 = -4.13		Promedio = 3.56

FUENTE: Elaboración propia

CUADRO 8: GRAFICO DE MATRIZ PEYEA

FUENTE: Elaboración propia

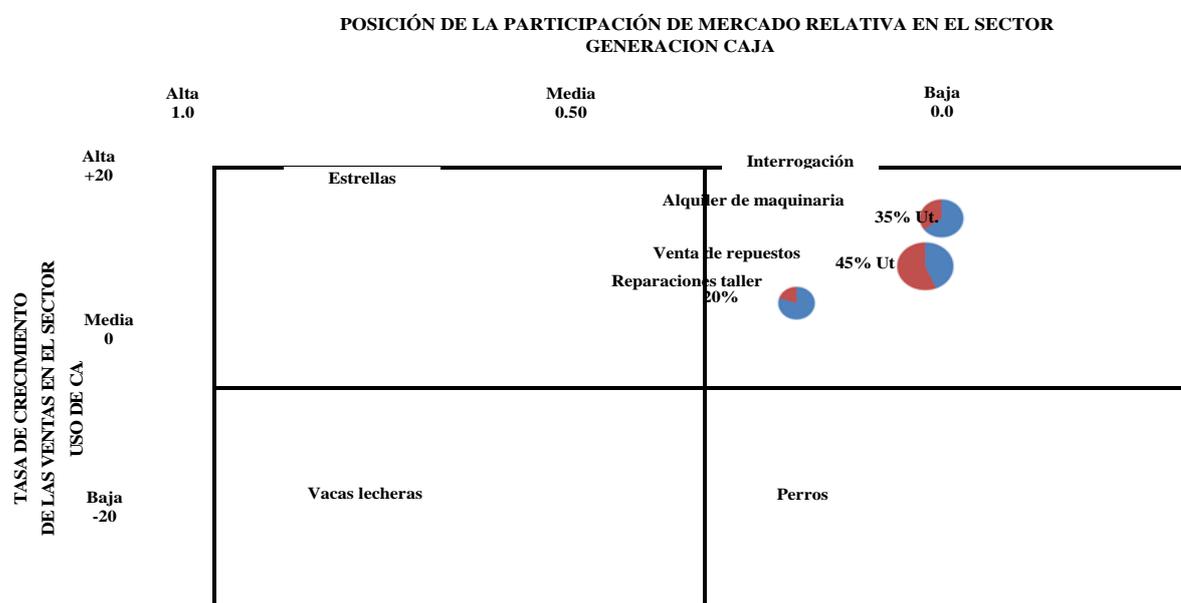


2.5.3.- Matriz Boston Consulting Group (MBCG)

PRODUCTOS	FLUJO DE CAJA OMEGA TRACTORS	PROPORCION CARTERA DE NEGOCIO	FLUJO DE CAJA DEL LIDER	FLUJO DE CAJA ANO ACTUAL	FLUJO DE CAJA ANO ANTERIOR	TASA DE CRECIMIENTO DE LA VENTAS	PARTICIPACION DE MERCADO RELATIVA
VENTA DE REPUESTOS	9400	45%	38500	90000	76400	17.80	0.24
ALQUILER DE MAQUINARIA	7200	35%	24800	74500	63000	18.25	0.29
REPARACION	4100	20%	11200	54300	48000	13.13	0.37
TOTALES	20700	100%	74500	218800	187400		

Según D'alessio (2008), el cuadrante en el que se encuentra posicionada la empresa es el de la interrogante, con alta tasa de crecimiento en la industria pero que su participación en el mercado no es significativa, con necesidades de efectivo importantes y sin mucha generación de caja, lo cual lleva a considerar las siguientes estrategias: La organización debe explotar su posición favorable (Diversificación concéntrica, Integración vertical, Concentración, liderazgo en costos)

CUADRO 9: MATRIZ BOSTON CONSULTING GROUP (MBCG)

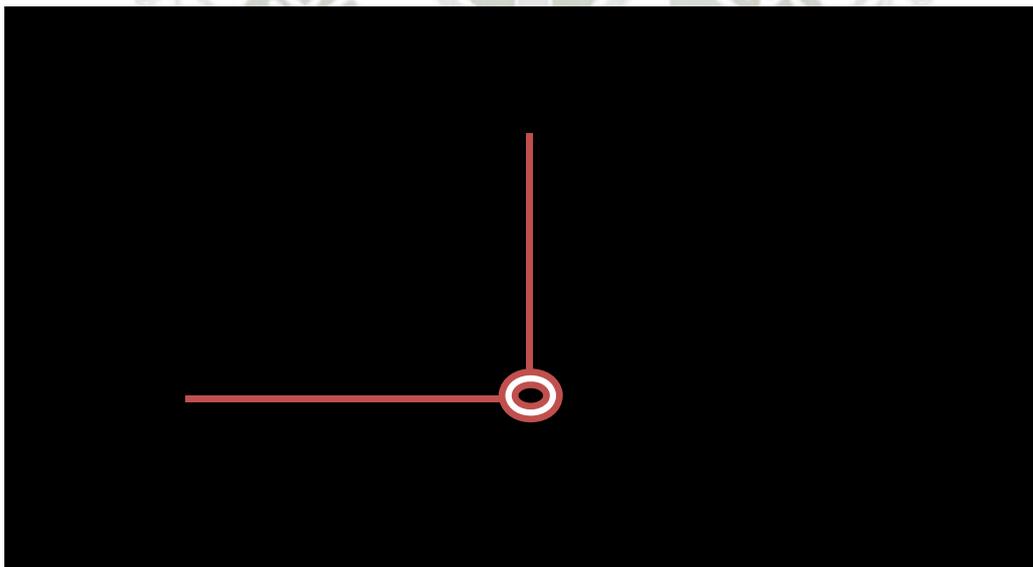


FUENTE: Elaboración propia

2.5.4.- Matriz Interna - Externa (MIE)

Para la obtención de la Matriz IE se utilizan los valores de la MEFE y MEFI, los cuales fueron 2.03 y 2.55 respectivamente. Estas coordenadas permiten ubicar a la empresa en el cuadrante V, como se muestra en la Figura 9. Esta ubicación significa que debe desarrollarse selectivamente para mejorar. La organización debe retener y mantener en base a la aplicación de estrategias de desarrollo en el mercado y desarrollo de productos (D'Alessio, 2008).

CUADRO 10: *MATRIZ INTERNA – EXTERNA*



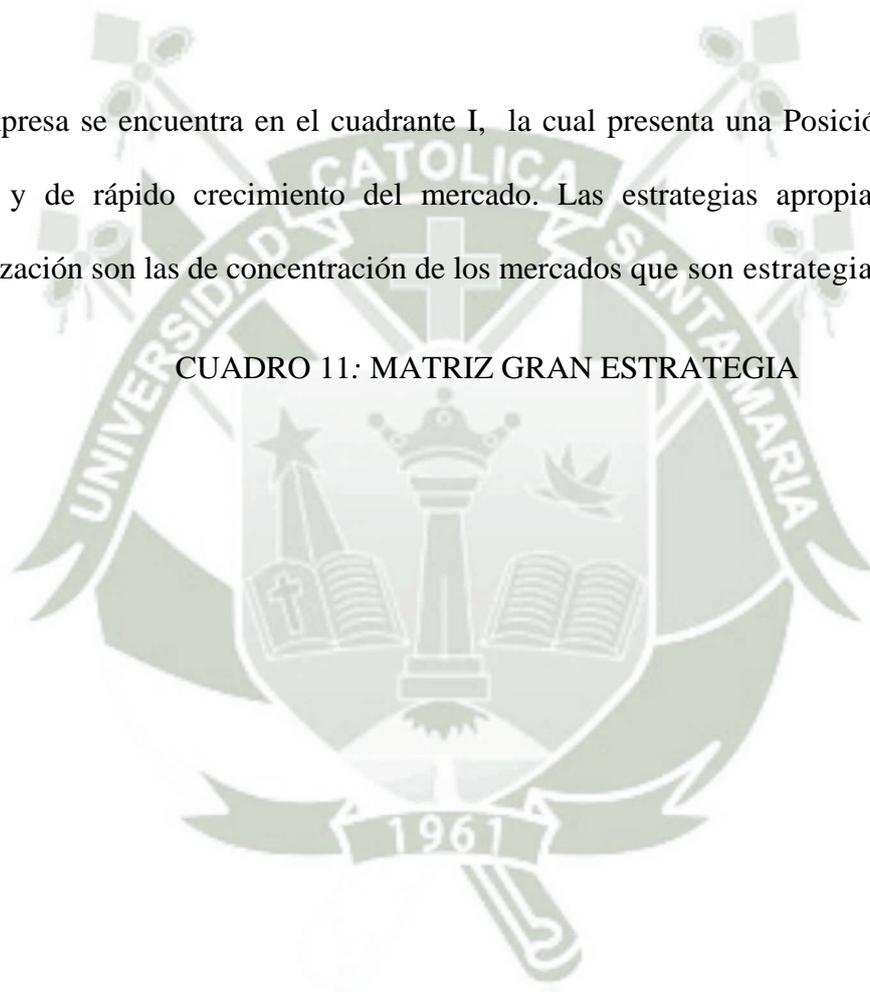
FUENTE: Elaboración propia

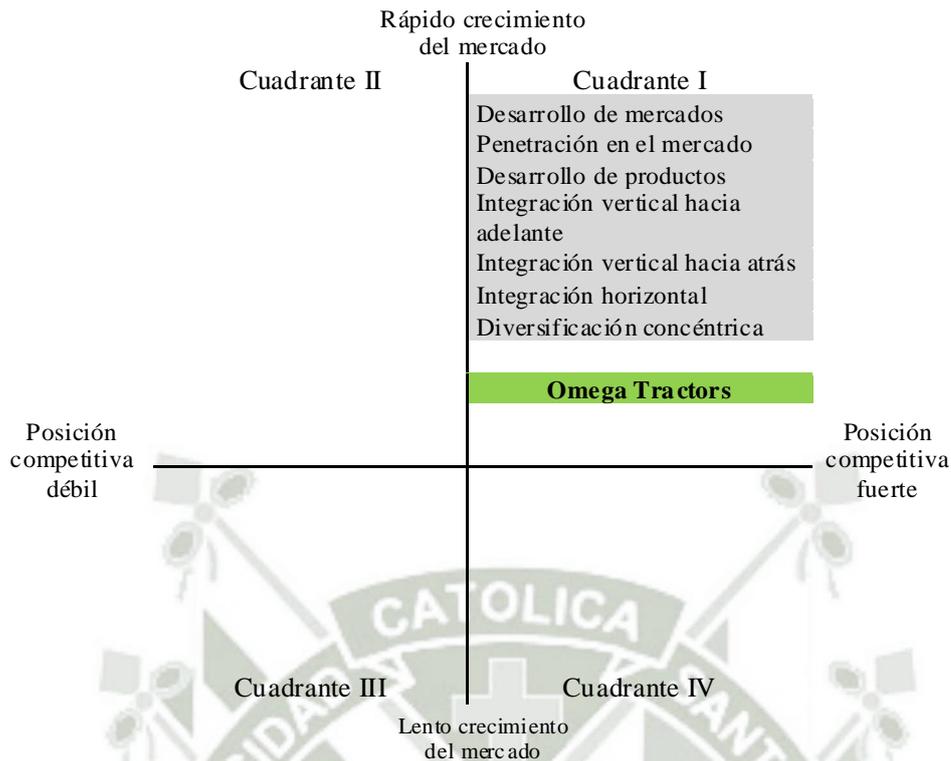
2.5.5.- Matriz Gran Estrategia (MGE)

La matriz de la gran estrategia, se utiliza para evaluar y afinar la elección apropiada de estrategias para la organización, se fundamenta en que la situación de una institución es definida en términos de crecimiento del mercado y la posición competitiva de la institución en ese mercado y al evaluar estas dos variables se puede categorizar la institución en uno de sus cuatro cuadrantes como muestra la Figura # (D'Alessio, 2008)

La empresa se encuentra en el cuadrante I, la cual presenta una Posición competitiva fuerte y de rápido crecimiento del mercado. Las estrategias apropiadas para esta organización son las de concentración de los mercados que son estrategias intensivas.

CUADRO 11: MATRIZ GRAN ESTRATEGIA





FUENTE: Elaboración propia

2.6.- ELECCION DE LOS OBJETIVOS Y DEL CAMINO ESTRATEGICO

2.6.1.- DEFINICION DE LA MISION Y VISION

Esta sería la propuesta para la misión y visión para OMEGA TRACTORS SAC

VISION

Para el año 2020, Omega Tractor's llegará a ser la empresa con el mayor número de proyectos ejecutados con maquinaria pesada en toda la zona sur del Perú, generando el mayor beneficio económico para sus accionistas logrando ventas superiores a los 10'000,000 de soles anuales, siendo representante de importantes marcas globales ofreciendo soluciones integrales a nuestros clientes en base a un trabajo certificado con

profesionales de primer nivel y maquinaria de vanguardia tecnológica buscando siempre la excelencia y el reconocimiento de nuestros clientes y demás grupos de interés.

MISIÓN

Omega Tractor's es una empresa de servicios de ejecución de proyectos, venta de repuestos, servicios de reparación y alquiler de maquinaria pesada orientada a solucionar las necesidades de sus clientes ejecutando proyectos integrales y tiene la mejor propuesta de solución para gestión de maquinaria pesada ya que cuenta con profesionales capacitados, maquinaria de vanguardia tecnológica y experiencia certificada en todas sus áreas operativas. Esto se alinea con los objetivos de crecimiento y sostenibilidad, desarrollando la excelencia y buscando el reconocimiento de todos sus grupos de interés.

2.6.2.- DEFINICION DE LOS OBJETIVOS:

- A. Ampliar el mercado y la participación.
- B. Implementar y ampliar la gama de productos a ofrecer.
- C. Desarrollar un área comercial e impulsar la fuerza de ventas mediante alianzas y vínculos.
- D. Representar una marca global como CTP.
- E. Eliminar inventario sin rotación.

2.6.3.- ELECCION DEL CAMINO ESTRATEGICO

2.6.3.1.- ENUNCIADO DE LAS ESTRATEGIAS SELECCIONADAS

De acuerdo a la evaluación realizada a la empresa y a las entrevistas realizadas a sus principales clientes enunciaremos las estrategias a aplicar en la empresa OMEGA TRACTORS basándonos en el Mix de Marketing y en los objetivos planteados en coordinación con el área financiera que ve el tema de presupuestos.

A1. Afianzar y Desarrollar las ventas de repuestos en los sectores de minería informal – artesanal y pequeña minería en las regiones de Puno y Madre de Dios aprovechando los vínculos establecidos por la compañía durante el 2012 y 2013 y el reconocimiento en el sector.

A2. Incrementar la participación de forma directa o indirecta en los nuevos proyectos mineros y de construcción.

B1. Aprovechar la capitalización de la empresa para obtener el financiamiento necesario para implementar el almacén con repuestos para maquinaria que están ingresando al mercado.

C1. Desarrollar el área comercial que permita la desconcentración de poder en la Gerencia y aprovechar las oportunidades de una economía en crecimiento en nuevos mercados y ganar participación en los mercados existentes.

C2. Establecer vínculos comerciales con otras empresas complementarias para conformar consorcios que permitan participar en proyectos de envergadura.

C3. Desarrollar alianzas comerciales con proveedores extranjeros que mejoren nuestra eficiencia en costos para disminuir el riesgo de perder en una confrontación de precios.

C4. Realizar promociones en la venta de repuestos, como armando kits de mantenimiento de 250, 500, 1000 y 2000 horas para facilitar la logística del cliente y hacerles ahorrar 15 a 20 %

C5. Cambiar de agente de Aduanas de Konecta Cargo a Líder Express ya que Líder Express aparte de ser una empresa seria y con trayectoria ofrece precios más económicos que Konecta Cargo sin mencionar que las últimas importaciones que se realizaron con mencionada empresa hubieron algunas pérdidas de ítems además de retraso en el despacho de la mercadería.

D1. Representar y distribuir una marca global que tenga presencia expectante en el Perú como son KOBELCO (USA), LIEBHERR (Suiza) y DOOSAN (China), de igual forma ser representante de la marca alternativa CTP que es la principal marca de repuestos alternativos Caterpillar.

E1. Eliminar de forma eficiente, económica y socialmente responsable el inventario inmovilizado cuidando que sea un proceso que genere valor a la compañía.

2.6.3.2.- SEGMENTACION DEL MERCADO

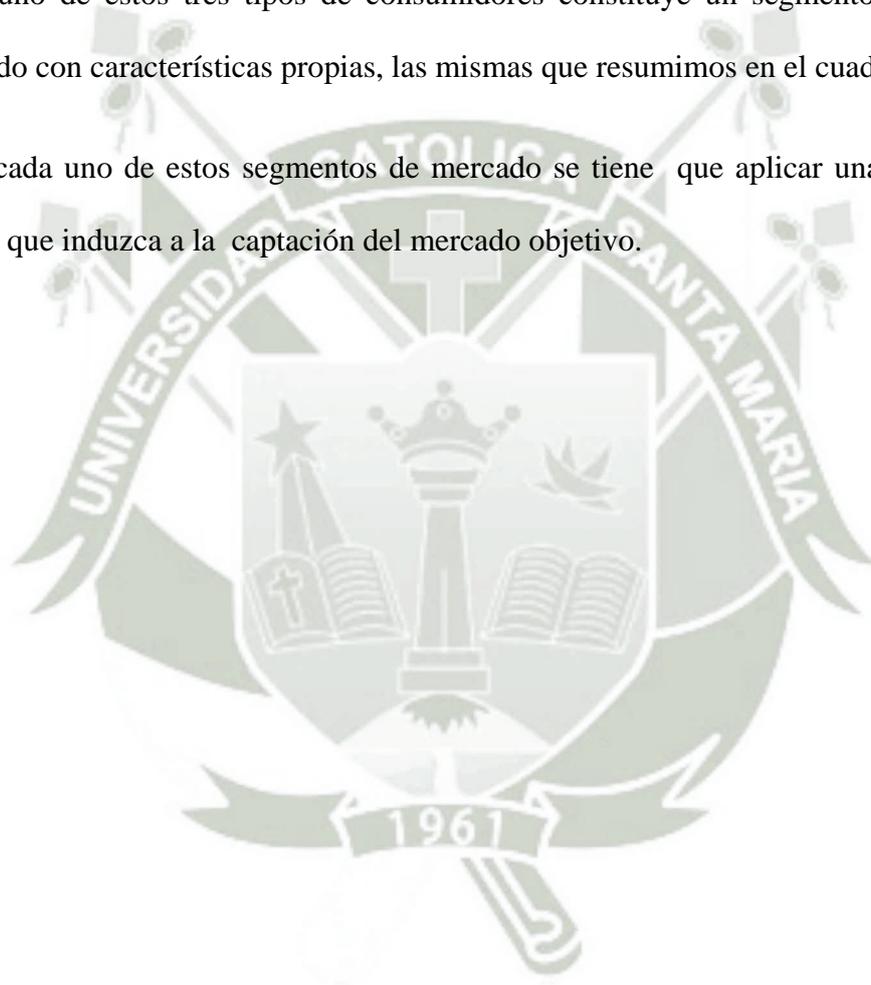
El mercado del servicio de venta de repuestos para maquinaria pesada está formado por compradores los cuales se distinguen por sus necesidades, recursos y costumbres adquisitivas.

Para el rubro se han detectado cuatro tipos de consumidores clasificados por sus respectivos sectores.

- a) Minería (Grande y Pequeña)
- b) Construcción (Obras)
- c) Contratista Minera
- d) Alquiler de Maquinaria (Particulares, Empresas Familiares).

Cada uno de estos tres tipos de consumidores constituye un segmento particular de mercado con características propias, las mismas que resumimos en el cuadro.

Para cada uno de estos segmentos de mercado se tiene que aplicar una estrategia de ventas que induzca a la captación del mercado objetivo.



CUADRO 12: CARACTERÍSTICAS DE LOS SEGMENTOS

Denominación de Segmento de Mercado	Características Principales
CONTRATISTAS	<ul style="list-style-type: none"> * Importancia a la imagen de la Empresa * Volúmenes pequeños de compra * Compra de repuestos Alternativos poco CAT * Decisión de compra basado en el precio del producto * No hay fidelidad con la empresa * No crédito , algunas empresas crédito de máximo 15 días * Compras se realizan por sondeo de mercado * No cuentan con taller de reparación ni mecánicos * Disponibilidad inmediata de los repuestos si no encuentran van a la competencia * Maquinaria Comercial * Solicitan apoyo técnico y Asesoramiento
ALQUILER DE MAQUINARIA	<ul style="list-style-type: none"> * Importancia a la trayectoria e imagen de la empresa * Volúmenes pequeños de compra * Compra de repuestos CAT y poco Alternativos * Decisión de compra basado en la calidad y el precio * No crédito, algunas empresas máximo 7 días * Compras se realizan por afinidad con la empresa y por sondeo de mercado * Cuentan con pequeño staff de mecánicos * Disponibilidad inmediata si es de suma urgencia caso contrario esperan de 2 a 5 días * Maquinarias modernas y comerciales * Solicitan apoyo técnico y Asesoramiento

Denominación de Segmento de Mercado	Características Principales
MINERIA	<ul style="list-style-type: none"> * Importancia a la trayectoria e imagen de la empresa * Volúmenes grandes de compra * Compra de repuestos Originales Caterpillar * Decisión de compra basado en el precio primordialmente y en la calidad del repuesto * Pagos puntuales al contado o a 30 días. * Minerías fuera de Arequipa, el acceso es difícil * En caso de Minería Grande las compras se realizan por concurso en caso de no comprar a los Delers * En la pequeña y minería informal la compra se realiza por decisión del logístico, gerente o dueño * Servicio de Reparación lo realizan directamente con el Delear autorizado o mecánicos propios * Piden que los repuestos se les envíen hasta sus zonas de trabajo * Disponibilidad inmediata de los repuestos en caso de las grandes mineras * Pequeña minería e informal realizan pedidos anticipados y esperan a la importación una o dos semanas * Maquinaria Moderna grande mineras y comercial en las pequeñas mineras * Trabajan con números de partes por lo que no necesitan asesoramiento o ayuda técnica
CONSTRUCCION	<ul style="list-style-type: none"> * Importancia a la trayectoria e imagen de la empresa * Volúmenes Grandes de compra * Compra de repuestos Caterpillar y Alternativos * Decisión de compra basado en la calidad del producto * Líneas de Crédito para facturar a final de Mes * Pagos de 30 a 60 días * Compras se realizan directamente por afinidad con la empresa por decisión del gerente, dueño y pocas veces mediante propuestas económicas * No cuentan con taller de reparación por lo que este servicio pero disponen de mecánicos para mantenimiento preventivo * Mayormente necesitan disponibilidad inmediata de los repuestos, si no es de urgencia esperan la importación * Maquinaria moderna y comercial * Solicitan apoyo técnico y Asesoramiento

FUENTE: Elaboración propia

2.6.3.3.- ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO EN LOS SEGMENTOS DE MERCADO

El posicionamiento en el mercado consiste en lograr que nuestros productos ocupen un lugar claro, distinto y superior en la mente de nuestros potenciales consumidores, en comparación a nuestros competidores en la venta de repuestos para maquinaria pesada.

Cada segmento de mercado tiene características particulares que los diferencian. En el siguiente

Cuadro se esquematiza la estrategia de posicionamiento propuesta para cada segmento.

CUADRO 13: CUADRO DE POSICIONAMIENTO Y MARKETING

Segmento de Mercado	MARKETING			
	PRODUCTO	PRECIO	PLAZA	PROMOCION
MINERIA	* Ampliar línea de productos, repuestos para maquinaria moderna	* Elaborar cuadro comparativo con precios de la competencia * Pagos al crédito de 45 a 60 días	* Uso de intermediarios para ingresar a mercados de difícil acceso	* Mejorar página Web * Armar kits de mantenimiento
	* Garantía total en los repuestos ofertados	* Descuentos por pagos con prontitud	* Participación en concursos o licitaciones * Ofertar productos vía on-line	* Base de datos de clientes potenciales para poder ofertar nuestros productos y servicios
	* Ofertar y educar sobre el uso de productos CTP alternativos de calidad	Cambiar de agente de aduanas de Konecta cargo a Lider express para reducir costos * Ingresar a mercados nicho como la pequeña minería con precios por debajo del mercado	* Establecer vínculos comerciales con empresas complementarias para formar consorcios * Desarrollar alianzas comerciales con proveedores extranjeros	* Inscripción en base de datos de "Posibles Proveedores" de principales centros mineros * Visitas o reuniones con Encargados de compras, gerentes
	* Envío de mercadería hasta los puntos de trabajo			* Publicidad en Publicaciones del Sector
CONSTRUCCION	* Ampliar línea de productos, repuestos para maquinaria moderna	* Línea de crédito para valorización mensual * Pagos del crédito de 30 a 45 días	* Aumentar la fuerza de ventas con vendedores externos * Ofertar productos vía on-line	* Armar kits de mantenimiento * Base de datos de clientes potenciales
	* Garantía total en los repuestos ofertados	* Descuentos por pagos con prontitud	* Desarrollar alianzas comerciales con proveedores extranjeros	* Visitas o reuniones con Encargados de compras, gerentes
	* Asesoramiento técnico gratuito en persona como vía on-line	* Alianzas estratégicas con Proveedores Nacionales para		* Capacitación a personal de compras sobre repuestos, mantenimientos, aceites
	* Servicio Técnico (Mantenimiento Preventivo) gratuito por la compra del kit de repuestos	Cambiar de agente de aduanas de Konecta cargo a Lider express para reducir costos	* Representar o distribuir una marca global	* Publicidad en Publicaciones del Sector

Segmento de Mercado	MARKETING			
	PRODUCTO	PRECIO	PLAZA	PROMOCION
CONTRATISTAS	* Garantía total en los repuestos ofertados	* Elaborar cuadro comparativo con precios de	* Aumentar la fuerza de ventas con vendedores externos	* Mejorar pagina Web
	* Asesoramiento tecnico gratuito en persona como via on-line	* Ampliar linea de credito a 30 dias		* Base de datos de clientes potenciales
	* Servicio Tecnico (Mantenimiento Preventivo) gratuito por la compra del kit de repuestos	* Alianzas estrategicas con Proveedores Nacionales para	* Desarrollar alianzas comerciales con proveedores extranjeros	* Oferta de productos con poca rotacion (Descuentos)
		Cambiar de agente de aduanas de Konecta cargo a Lider express para reducir costos	* Representar o distribuir una marca global	* Armar kits de mantenimiento
ALQUILER DE MAQUINARIA	* Ampliar linea de productos, repuestos para maquinaria moderna	* Generar linea de credito y ampliar a 30 dias las ya existentes	* Venta de repuestos via on-line	* Base de datos de clientes potenciales
	* Garantía total en los repuestos ofertados	* Alianzas estrategicas con Proveedores Nacionales para reducir precio del producto	* Aumentar la fuerza de ventas con vendedores externos	* Armar kits de mantenimiento
		Cambiar de agente de aduanas de Konecta cargo a Lider express para reducir costos	* Representar o distribuir una marca global	* Visitas o reuniones con Encargados de compras, gerentes
	* Asesoramiento tecnico gratuito en persona como via on-line		* Desarrollar alianzas comerciales con proveedores extranjeros	* Capacitacion a personal de compras sobre repuestos, mantenimientos, aceites

FUENTE: Elaboración propia

2.6.4.- PLAN DE ACCION

A continuación se muestra el plan de acción referido a cada uno de los segmentos:

CUADRO 14: PLAN DE ACCION DE ACTIVIDADES

SEGMENTO	ACTIVIDAD	MESES						
		JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
MINERIA	* Visitas a Mineras grandes y pequeñas para contactar entrevista con jefe logístico, gerente o super intendentes	x	x	x				
	* Inscribir a la empresa en los programas de "Posibles Proveedores" para nos tengan en cuenta así como en la cámara de comercio	x	x	x	x	x		
	* Crear una base de datos de clientes y posibles clientes para brindarles información y ofertar nuestro servicio	x	x	x				
	* Armar kits de mantenimiento de 250, 500, 1000 y 2000 mil horas para facilitar la logística del cliente y darles un descuento de hasta el 20%		x	x	x	x		
	* Contratar a la empresa HIBU para mejorar la página Web de la empresa y poder ofertar vía on-line			x	x	x	x	
	* Seguimiento a los concursos y licitaciones de repuestos para maquinaria	x	x	x	x			
	* Contratar a una persona encargada de visitar a la competencia y pedir cotizaciones de repuestos para elaboración de cuadros comparativos de precios		x	x	x			
	* Ampliar la línea de productos ofertados, importando repuestos que estén requiriendo el mercado actual así como fomentar la política de calidad				x	x	x	
	* Consorciarse con empresas del rubro para participar de proyectos de mayor envergadura				x	x	x	x
CONSTRUCCION	* Visitas a empresas constructoras en la región y en localidades como Puno, Madre de Dios, Moquegua		x	x	x	x		
	* Crear una base de datos de clientes y posibles clientes para brindarles información y ofertar nuestro servicio				x	x	x	x
	* Armar kits de mantenimiento de 250, 500, 1000 y 2000 mil horas para facilitar la logística del cliente y darles un descuento de hasta el 20%* Armar kits de mantenimiento de 250, 500, 1000 y 2000 mil		x	x	x	x		
	* Impartir pequeños cursos o capacitaciones respecto a mantenimientos de maquinaria, duración de aceites, repuestos, etc	x	x	x	x			
	* Ampliar la línea de productos ofertados, importando repuestos que estén requiriendo el mercado actual así como fomentar la política de calidad		x	x	x	x		
	* Nombrar al jefe de Taller como asesor de los clientes que tengan alguna duda respecto a la funcionalidad de su maquinaria	x	x	x	x			
	* Alianzas estratégicas con proveedores de la capital ya que no cuentan con sede en el Sur del País			x	x	x		

SEGMENTO	ACTIVIDAD	MESES						
		JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
CONTRATISTAS	* Visita a empresas contratistas en la region y en localidades como Moquegua y Puno			X	X	X		
	* Crear una base de datos de clientes y posibles clientes para brindarles informacion y ofertar nuestro servicio			X	X	X	X	
	* Contratas a la empresa HIBU para mejorar la pagina Web y poder ofertar via on-line		X	X	X			
	* Armar kits de mantenimiento de 250, 500, 1000 y 2000 mil horas para facilitar la logistica del cliente y darles un descuento de hasta el 20%			X	X	X	X	
	* Localizar y ofertar productos que tengan poca rotacion con descuentos, precios especiales para sacarlos de stock	X	X	X				
	* Elaborar cuadro comparativo con precios de la competencia para tener una referencia de cómo estamos en el mercado			X	X	X		
	* Alianzas estrategicas con proveedores de la capital ya que no cuentan con sede en el Sur del Pais					X	X	X
* Nombrar al jefe de Taller como asesor de los clientes que tengan alguna duda respecto a la funcionabilidad de su maquinaria				X	X	X	X	
ALQUILER DE MAQUINARIA	* Visitar a empresas de alquiler de maquinaria a nivel region y a localidades como Puno, Madre de dios y Moquegua para ofertar nuestro servicio			X	X	X		
	* Crear una base de datos de clientes y posibles clientes para brindarles informacion y ofertar nuestros servicios					X	X	X
	* Armar kits de mantenimiento de 250, 500, 1000 y 2000 mil horas para facilitar la logistica del cliente y darles un descuento de hasta el 20%				X	X	X	X
	* Localizar y ofertar productos que tengan poca rotacion con descuentos, precios especiales para sacarlos de stock			X	X	X		
	* Impartir pequeños cursos o capacitaciones respecto a mantenimientos de maquinaria, duracion de aceites, repuestos, etc			X	X	X	X	
	* Alianzas estrategicas con proveedores de la capital ya que no cuentan con sede en el Sur del Pais	X	X	X				
	* Ampliar la linea de productos ofertados, importando repuestos que esten requiriendo el mercado actual asi como fomentar la politica de calidad		X	X	X			
* Nombrar al jefe de Taller como asesor de los clientes que tengan alguna duda respecto a la funcionabilidad de su maquinaria				X	X	X	X	

FUENTE: Elaboración propia

2.6.5.- PRESUPUESTO

A continuación se muestra la asignación presupuestaria por cada estrategia expresada en nuevos soles:

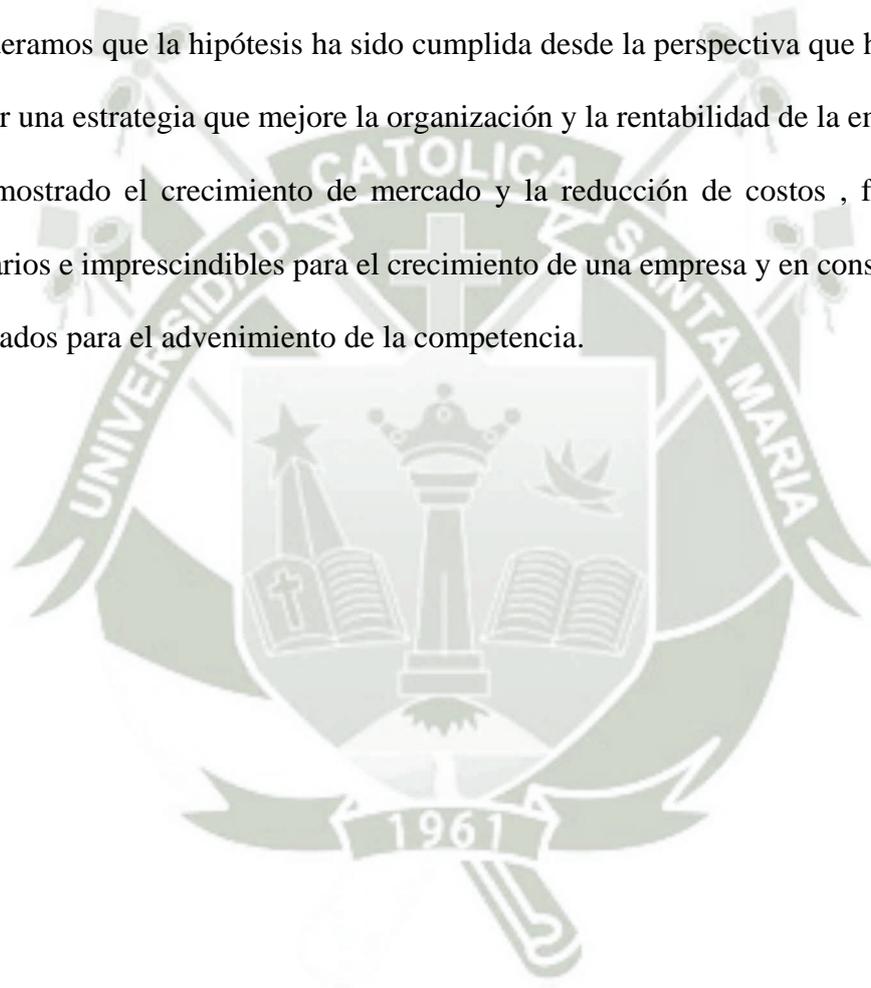
CUADRO 15: PRESUPUESTO

ACTIVIDAD	MESES							PRESUPUESTO
	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
* Visitas a Mineras grandes y pequeñas para contactar entrevista con jefe logístico, gerente o super intendentes	x	x	x					S/. 4,000.00
* Inscribir a la empresa en los programas de "Posibles Proveedores" para nos tengan en cuenta así como en la camara de comercio		x	x	x	x			S/. 200.00
* Crear una base de datos de clientes y posibles clientes para brindarles informacion y ofertar nuestro servicio	x	x	x					S/. 800.00
* Armar kits de mantenimiento de 250, 500, 1000 y 2000 mil horas para facilitar la logistica del cliente y darles un descuento de hasta el 20%		x	x	x	x			S/. 500.00
* Contratar a la empresa HIBU para mejorar la pagina Web de la empresa y poder ofertar via on-line			x	x	x	x		S/. 900.00
* Seguimiento a los concursos y licitaciones de repuestos para maquinaria	x	x	x	x				S/. 1,400.00
* Contratar a una persona encargada de visitar a la competencia y pedir cotizaciones de repuestos para elaboracion de cuadros comparativos de precios		x	x	x				S/. 2,000.00
* Ampliar la linea de productos ofertados, importando repuestos que esten requiriendo el mercado actual asi como fomentar la politica de calidad				x	x	x		S/. 1,200.00
* Consorciarse con empresas del rubro para participar de proyectos de mayor envergadura				x	x	x	x	S/. 1,000.00
* Impartir pequeños cursos o capacitaciones respecto a mantenimientos de maquinaria, duracion de aceites, repuestos, etc	x	x	x	x				S/. 1,500.00
* Nombrar al jefe de Taller como asesor de los clientes que tengan alguna duda respecto a la funcionabilidad de su maquinaria	x	x	x	x				S/. 300.00
* Alianzas estrategicas con proveedores de la capital ya que no cuentan con sede en el Sur del Pais			x	x	x			S/. 1,500.00
* Localizar y ofertar productos que tengan poca rotacion con descuentos, precios especiales para sacarlos de stock	x	x	x					S/. 1,000.00
* Cambiar de agente de aduanas de Konecta cargo a Lider express para reducir costos	x	x	x	x				S/. 300.00

FUENTE: Elaboración propia INVERSIÓN TOTAL: S/. 16600.00

2.7.- COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

La hipótesis planteada al inicio del trabajo de investigación definía que el diseño de un plan estratégico de marketing permitía definir la estrategia a seguir para lograr el crecimiento de la empresa y con ello afrontar la competencia existente en el mercado, esta hipótesis es enunciativa mas su comprobación real solo de podría dar al ser aplicado en la empresa plan propuesto y al cabo de un tiempo evaluar lo resultados , sin embargo consideramos que la hipótesis ha sido cumplida desde la perspectiva que ha sido posible diseñar una estrategia que mejore la organización y la rentabilidad de la empresa pues se ha demostrado el crecimiento de mercado y la reducción de costos , factores claves necesarios e imprescindibles para el crecimiento de una empresa y en consecuencia estar preparados para el advenimiento de la competencia.



CONCLUSIONES

PRIMERA: La empresa OMEGA TRACTORS SAC no cuenta con un área de marketing por lo que trabaja con planes anuales, sin embargo requiere un plan estratégico de marketing que le permita diseñar estrategias de mediano y largo plazo.

SEGUNDA: El principales segmentos de mercado para OMEGA TRACTORS SAC está constituida por las empresas constructoras, pequeñas mineras , contratistas y empresas que alquilar maquinaria , ya que estas emplean en sus obras mayores cantidades maquinaria pesada .

TERCERA: La empresa OMEGA TRACTORS SAC se encuentra un segmento de mercado con alta competencia lo que lo impulsa a mejorar continuamente e innovar en su servicio para mantenerse y tener una mayor participación en el mercado.

CUARTA: La actual coyuntura del sector se presenta favorable para la empresa analizada dado que el gobierno considera a los sectores de construcción y minería como los pilares del crecimiento de la economía del país.

QUINTA: El macro ambiente en el Perú en general y en Arequipa en particular es propicio para el desarrollo de servicio de venta de maquinaria pesada.

SEXTA: Las oportunidades más significativas para OMEGA TRACTOS SAC son las siguientes:

- Incremento de presupuestos la inversión pública en obras de infraestructura por parte del estado

- Proyectos de infraestructura a cargo del estado, quien da preferencia a las empresas locales
- Proyectos de expansión de minería en la región Sur hace cada vez más atractivo el mercado
- Las exigencias del mercado por una mejor gestión ambiental permiten una diferenciación con los competidores.

SEPTIMA: Las debilidades más significativas para OMEGA TRACTOS SAC son las siguientes:

- Reducción de los ingresos por concepto de canon producto de la desaceleración de las economías industrializadas y reducción del precio de los metales.
- Las marcas líderes mundiales administran su información tecnológica de tal forma que los dealers y empresas integradoras dependan de ellos
- Corrupción en Entidades del Estado, amarrando procesos o dirigiendo servicios y compras

OCTAVA: Las fortalezas más significativas para OMEGA TRACTOS SAC son las siguientes:

- La compañía cuenta con reconocimiento y trayectoria en el mercado. Lo que hace atractiva para clientes, proveedores y es una oportunidad para jóvenes técnicos para iniciar su carrera.
- La empresa cuenta con experiencia en ventas y aprovecha los beneficios de la importación de repuestos y maquinaria.

- Credibilidad crediticia, la empresa cumple puntualmente con sus pagos por préstamos bancarios para capital de trabajo.

NOVENA: Las debilidades más significativas para OMEGA TRACTOS SAC son las siguientes:

- El poder de decisión y negociación se encuentra excesivamente concentrado en la Gerencia.
- La empresa no cuenta con un área comercial y plan de Marketing desarrollada para atender al sur del país.
- Al no ser representante de las marcas más comerciales del mercado, no se cuenta con información técnica de forma oficial, oportuna y actualizada.

DECIMA: De acuerdo a las matrices las estrategias a seguir OMEGA TRACTORS SAC son las siguientes:

- Diversificación concéntrica
- Integración vertical
- Concentración
- liderazgo en costos

RECOMENDACIONES

PRIMERA: Implementar el plan de marketing estratégico propuesto a la empresa OMEGA TRACTORS SAC para lograr el crecimiento de mediano y largo plazo de la misma con ello afrontar la competencia existente.

SEGUNDA: Orientar los planes propuestos a los segmentos de mercado de OMEGA TRACTOS SAC siguiendo las estrategias indicadas en el presente trabajo.

TERCERA: Mantener el actual posicionamiento de mercado e incrementar la participación para lo cual se debe mejorar su marketing directo dentro del mercado.

CUARTA: Aprovechar proyectos nuevos y grandes que se vienen dando en la región Arequipa como construcción y minería.

QUINTA: Destinar personal especializado para que este pendiente de licitaciones ya que este es el medio que utilizan las municipalidades así como empresas privadas para la construcción de grandes obras y así mismo capacitar continuamente al personal y mantenerlos en la organización.

BIBLIOGRAFÍA

- LIBROS

1. - Ambrosio, Vicente:” PLAN DE MARKETING PASO A PASO, PEARSON EDUCACIÓN DE COLOMBIA”, Ltda., 2000 .
2. - Bello, L., Vázquez, R., Trespacios, J.A.:”INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y ESTRATEGIA DE MARKETING”, Editorial Civitas, 1993.
3. - Iniesta, Lorenzo “MÁSTER EN MARKETING, GESTIÓN 2000”, 2005.
4. - Instituto Superior de Estudios Empresariales “ GESTIÓN COMERCIAL I, MARKETING, CEPYME”, 1994.
5. -Kotler, P.,” CÁMARA, D., GRANDE, I.: DIRECCIÓN DE MARKETING, PRENTICE HALL”,1994.
6. - Muñiz, Rafael: “MARKETING EN EL SIGLO XXI”,1999.
7. - Sainz de Vicuña Ancín, José M.” EL PLAN DE MARKETING EN LA PRÁCTICA, ESIC “,2006.- [3].
8. - Santesmases, Miguel “MARKETING, CONCEPTOS Y ESTRATEGIAS, PIRÁMIDE”, 2004.

9. - Fernando D AlessioIpinza, “EL PROCESO ESTRATÉGICO UN ENFOQUE DE GERENCIA”, 2008.
10. - Chandran, r, lineman “ planning to minimize product liability” ,1998.
11. -Kaplan, r,s JOHNSON “RELEVANCE LOST ; THE RISE AND FALL OF MANAGENT ACCOUNTING “1987.
12. -Kotter “ LEASING CHANGE BOSTON HARVARD SCHOOL PRESS” 1996.
13. -Conner d.r. “MANAGING AT THE SPEED OF CHANGE NEW” York 1992.
14. Ryan wilian t. “GUIA BASICA PARA LA ACTIVIDAD DE MARKETING “ediciones Deusto año 2005.
15. Stanton willian j. Michael j. etzel , bruce j. walker , “FUNDAMENTOS DE MARKETING “mc Graw – hill , anio 1995 , sexta edicion.
16. Stoner James AF, R Edward freeman , Daniel r. Gilbert JR, “ADMINISTRATION “ediciones pretice Hall Hispanoamericana S.A. año 200 6, sexta edicion.
17. Teodoro Luque “INVESTIGACIÓN DE MARKETING “editorial Ariel s.a. año 2007.
18. José Luis Munuera alemán “ESTRATEGIAS DE MARKETING”2003

- **PORTALES WEB**

1. http://www.usc.es/econo/RGE/Vol15_2/castelan/art2c.pdf
2. <http://www.mcu.es/TESEO/teseo.html>
3. <http://dialnet.unirioja.es>
4. http://www.ine.es/daco/daco42/ocuphotel/eoh_cambmet.pdf
5. <http://www.aedem-virtual.com/sites/default/files/182175.pdf>
6. http://www.fatu-uncoma.com.ar/publicaciones/anuario/vol_3/arch/art7.pdf
7. Thompson, I. (2006). "La satisfacción del cliente". Disponible en:
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/satisfaccion-cliente.htm>
<http://www.uru.edu/fondoeditorial/libros/pdf/capitalpersonalidaddemarca/Capital%20de%20marca%20-%20completo.pdf>
- 8.- <http://www.marketing-free.com/glosario/estrategias-marketing.html>
- 9.- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/estrategias-mercadotecnia.html>
10. http://www.desco.org.pe/sites/default/files/noticias/files/Extractivas_N1_descosur.pdf
- 11.- <http://www.inei.gob.pe/>

ANEXOS



ENTREVISTA A EMPRESA- TECNIFLUIDOS

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vínculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- ¿En qué tipo de Empresa labora?

-Contratistas Minera

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Si TECNIFLUIDOS a crecido en los 3 últimos años lo cual a provocado que se requiera mayor cantidad de repuestos tanto originales y alternativos hemos tenido mayor participación y trabajado en más obras teniendo más demanda de repuestos.

3.- ¿Cuáles son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

Los factores que nos parece importantes son los precios que son un poco más bajo que otras empresas y el servicio pos venta que por ser contratista minera nos exigen ciertas normas de calidad en los productos que adquirimos eso es importante para nosotros el precio y buena calidad.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Si es importante porque los repuestos necesitan mantenimiento y eso no lo brindan todas las empresas que vendan repuestos entonces en omega hemos encontrado lo que necesitamos y es bueno el servicio tal vez puede mejorar pero en total si es bueno el servicio, además podemos ahorrar en ese servicio como empresa contratista es importante ahorrar y aminorar costos.

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Hasta ahora e recibido información buena si conocen los productos y están informados de características me parece bien los conocimientos que tienen a veces es importante tener una apreciación de el vendedor del producto ósea el uso correcto y cosas que pueden ser útiles para el funcionamiento.

6.- ¿ Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Adquirimos tanto originales como alternativos , alternativos en repuestos que son más de desgaste pero en los de mayor importancia y repuestos claves si se requiere originales por la garantía más que todo es cuestión de una evaluación varía de acuerdo el uso que se de .

7.- ¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Mayormente si porque son los mismos normalmente además es más rápido para nosotros comprar en OMEGA TRACTORS porque ya conocen cuales repuestos compramos entonces no requerimos negociar tanto si no se compra al precio de siempre excepto algunas veces que varía pero no tanto si encontramos los repuestos y eso nos ahorra tiempo lo cual es importante para la maquinaria

8.-¿ A qué Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el último año 2013?

Repuestos de maquinaria un poco más moderna de frente adquirimos a Caterpillar porque es la marca que más común en nuestra maquinaria y cosas pequeñas en tiendas pequeñas.

9.- ¿ En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

Mayormente que haya el stock porque cuando se requiere repuestos se requiere lo más pronto posible, ósea nos importa encontrar el repuesto lo más antes posible

NOMBRE : HENRY RIVAS

EMPRESA : TECNIFLUIDOS

CARGO : GERENTE

ENTREVISTA A EMPRESA - FLSMIDTH

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vínculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS .

1.-¿ En qué tipo de Empresa labora?

-Contratista Minera

2.-¿ Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años , lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Pienso que el sector minero tiene un crecimiento progresivo desde hace unos 10 años aproximadamente, hay mayor exploración minera como el crecimiento de cerro verde y Tintaya este crecimiento no es de ahora ha sido progresivo esto tiene un reflejo en las contratistas existen nuevas empresas y más competencia pero nuestra empresa ya tiene trayectoria y el sector a crecido ampliamente en los años 2010 2011 y 2012.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

Es importante los precios no hay mucha variación entre precios pero es ahorro y es importante eso para nosotros.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Es relevante siempre es bueno tener un servicio post venta nos facilita el trabajo tanto de personal como dinero , es un factor a favor muy bueno en especial maquinaria que es un poco difícil de mantener el servicio mecánica nos ayuda mucho

5.-¿ Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Según las experiencia que tenemos nos a atendido bien lo importante es conocer la depreciación el mantenimiento de los equipos, eso nos ayuda a tomar precauciones, el personal que nos atendió si tiene el conocimiento necesario, está bien.

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Tratamos de comprar repuestos originales nos parece de mayor calidad por algo son originales el costo es diferente pero nos vamos por lo seguro alguna vez si se compro alternativo pero de preferencia originales es más confiable sin menospreciar a los alternativos.

7.- ¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Si mayormente los repuestos que buscamos son fáciles de encontrar y en OMEGA TRACTORS los precios ha sido un poco mas cómodos pero en total si se a encontrado los repuestos

8.-¿ A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

Comparamos también a PERUTRACTORS SRL y a FERREYROS

9.- ¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

En que FERREYROS es un distribuidor de Caterpillar y PERUTRACTORS por ser cercano a nuestra empresa realmente.

NOMBRE: RODOLFO CAMPANO

EMPRESA : FLSMIDTH

CARGO : PLANEAMIENTO DE EQUIPOS

ENTREVISTA A EMPRESA - INVERCON

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vínculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- ¿En qué tipo de Empresa labora?

- Contratista Minera

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Definitivamente si, a crecido bastante en los últimos años nos ha ido bien en lo que es contratos con mineras a mejorado el pago a pesar de mayor competencia creo que hay trabajo para todos lo que nos lleva a mayor inversión y mayor mantenimiento pero es normal con el crecimiento de la industria, los repuestos si son más requeridos en nuestra empresa.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

Lo que es importante para nosotros es la calidad del repuesto el precio se puede manejar pero la calidad es importante por la duración que tienen y el uso que se les da por eso los repuestos originales son los de mayor calidad.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Si es importante porque el servicio mecánico se puede requiere siempre para tener mayor control, de las maquinas además es parte de la compra de los repuestos, es un factor importante y a favor de OMEGA TRACTORS.

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Es importante que los vendedores conozcan los productos que venden y si conocen lo que venden, pero siempre deben actualizarse de los usos de los productos.

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Preferimos repuestos originales son más confiables y duran más cuestan más pero no hay que arriesgarse con eso.

7.- ¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

La mayoría si algunos no había en stock pero la mayoría si .

8.- ¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el último año 2013?

A los distribuidores FERREYROS y KOMATSU.

9.- ¿ En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

En base a la accesibilidad de los repuestos y por ser distribuidores al principio pensábamos que era mejor comprar en distribuidores pero resulta casi lo mismo que en otras empresas.

NOMBRE : LUIS LLERENA

EMPRESA : INVERCON

CARGO : JEFE DE EQUIPOS

ENTREVISTA A EMPRESA - PROMICAZ S.A.C

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vínculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.-¿ En qué tipo de Empresa labora?

- Contratista Minera

2.- ¿ Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Si veo que hay más trabajo y mayor empresas contratistas por el crecimiento que hay en los proyectos mineros, lo que e observado es que hay mayor movimiento de los equipos se usan mas y se necesitan mayor mantenimiento la maquinaria pesada no es barato mantener y el trabajo que tienen es grande los repuestos son necesarios y hay que comprarlos sin dudar.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

Lo que tengo e cuenta para comprar repuestos es el precio a gerencia le agrada el ahorro y si es acompañado con calidad y garantía es perfecto pero no son baratos los repuestos cuestan por eso hay que ahorrar lo más posible

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Si es importante porque el vendedor conoce bien los repuestos entonces el servicio mecánico es de gran ayuda cuando se necesita mantenimiento preventivo.

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Las veces que se a comprado si sabían las características de los repuestos hay diferencia entre los repuestos y no se puede fallar en eso, pero si a sabido responder nuestras preguntas.

6.-¿ Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Se compran repuestos tanto originales como alternativos hay repuestos como motores que tienen que ser originales pero en otros como filtros y cosas pequeñas pueden ser alternativos porque se usan un tiempo y se cambian entonces es igual a un original

7.- ¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Mayormente si pero a veces no hay en stock de repuestos de maquinarias mas modernas pero lo que llevamos normalmente si encontramos

8.- ¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

A empresas como REPDAPARTS SRL y las conocidas FERREYROS y KOMATSU

9.- ¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

En que son empresas conocidas y vender repuestos originales de varias empresas y minoristas

NOMBRE : CARLOS MARIO PO CE

EMPRESA : PROMICAZ S.A.C

CARGO : JEFE LOGISTICO

ENTREVISTA A EMPRESA - COIMBRA CONTRATISTAS GENERALES

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vínculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.-¿ EN QUE TIPO DE EMPRESA LABORA?

- Contratista Minera

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Si hay mayor de demanda de equipos y maquinaria por la expansión de proyectos existe más competencia pero es un mercado muy grande

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

El precio y la calidad que los repuestos sean buenos y de marca también es importante que se tenga en stock los productos ya que a veces se necesita con urgencias los repuestos

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Si es bueno tenerlo nosotros no lo utilizamos mucho pero si es bueno contar con el

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Si conocen la mercadería que tienen eso es bueno porque te atienden rápido no como en otras empresas que te hacen esperar mucho tiempo para que te atiendan

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Se compra de los dos tipos pero un poco mas alternativos porque se tienen que renovar y cumplen la misma función de los originales depende mucho de que repuestos y también es importante el precio.

7.- ¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Si se encuentran los repuestos algunas veces no pero los alternativos si se encuentran y nos facilitan el trabajo porque se compra de manera más rápida.

8.- ¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el último año 2013?

A FERREYROS y VOLVO

9.- ¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

En que son empresas distribuidores de marcas y nos mas comerciales que hay en el mercado actualmente

NOMBRE: JOSE RIEGA

EMPRESA : COIMBRA CONTRATISTAS GENERALES

CARGO : JEFE DE EQUIPOS

ENTREVISTA A EMPRESA - CORAM INGENIERIA Y CONSTRUCCION

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vínculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- ¿En qué tipo de Empresa labora?

- Contratista Minera

2.-¿ Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Definitivamente a crecido la minería hay más obras que realizar y más trabajo esto produce mayor desgaste de equipos por lo que se necesita más repuestos y mantenimiento

3.- ¿Cuáles son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

Primero encontrar en stock los repuestos el precio y la marca del repuesto

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

El servicio post venta en especial el servicio técnico es importante para un cliente creo que es una ventaja contar con este servicio porque es fácil llamar y que te apoyen con el mantenimiento de un equipo de repente una asistencia en una urgencia.

5.- ¿Cree Ud que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

No hemos tenido problema con la atención cada vez que se compra no hay problema con la información de los equipos todo bien hasta ahora

6.-¿ Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Se comprar repuestos originales en algunos casos alternativos pero confiamos mas en originales a menos que sean cosas pequeñas como correas empaques

7.- ¿ Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Buenos a veces hay repuestos difíciles de encontrar y no hay en stock entonces eso demora un poco el proceso de compra pero en general los repuestos de mayor uso y desgaste sí.

8.-¿ A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

A FERREYROS principalmente

9.- En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)

FERREYROS porque es la empresa más comercial de repuestos y tenemos unos amigos que nos facilitan la compra

NOMBRE: MARCO CARRION

EMPRESA : CORAM INGENIERIA Y CONSTRUCCION

CARGO: SUB GERENTE OBRA

ENTREVISTA A EMPRESA- TRANSMAVEN

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vínculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.-¿ En que tipo de Empresa labora?

- Alquiler de Maquinaria

2.-¿ Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años , lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Si la minería a crecido arto los últimos años en mi área me solicitan mayor cantidad de compras tanto de material y equipos, en lo que es repuestos de maquinaria si se a incrementado las compras.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

Es importante el precio de los repuestos administración siempre va a querer ahorrar en compras pero siempre comprando repuestos de calidad y marcas buenas.

4.-¿ Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Eso depende más de operaciones pero si es bueno siempre tener un respaldo de servicio mecánico nuca sabes lo que pueda pasar y es mejor tener un apoyo y alguien quien te oriente con los equipos y piezas.

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Cuando compro los repuestos siempre es bueno preguntar qué les parece que es mejor y si saben de los productos aprendes y te especializas más en los usos y características de los repuestos.

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Se compran ambos pero si van a cumplir la misma función y el alternativo cuesta menos y dura igual se compra alternativo pero para cosas de mayor utilidad y más fundamentales siempre vas a inclinarte por lo original.

7.- ¿ Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Depende de que repuesto hay algunos que son escasos como una determinada tipo de cuchilla pero en general si porque son los mismos normalmente lo que se compra.

8.- ¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el último año 2013?

A KOMATSU, FERREYROS y REDIRED SRL

9.- ¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

En que son las más comerciales son proveedores de las marcas algunas tienen precios buenos pero más que todo porque son distribuidores.

NOMBRE : CARLOS MAMANI

EMPRESA : TRANSMAVEN

CARGO : ENCARGADO DE COMPRAS

ENTREVISTA A EMPRESA -MEGA GROUP PERU CORPORATION SAC

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vínculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- ¿En qué tipo de Empresa labora?

- Contratista Minera

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Si bien es cierto la minería a alcanzado un crecimiento progresivo en los últimos años el boom minero se sintió en Arequipa y la zona sur nuestra empresa a crecido en trabajos y mayor demanda de mano de obra lo cual no lleva a requerir mayor abastecimiento de repuestos para las maquinarias que utilizamos.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

Básicamente es importante los precios dentro del rubro de mantenimiento pero también es importante las marcas que se compran son factores claves para la compra de repuesto de maquinaria pesada.

4.-¿ Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Me parece que es importante que las empresas cuenten con servicio post venta tanto servicio técnico y mecánico ya que en el trabajo con maquinaria existe desgaste depreciación de equipos y diversos acontecimientos en los trabajos , para mi

personalmente si es importante el servicio post venta eso nos da una mayor confianza para continuar trabajando con OMEGA TRACTORS.

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Las veces que tuve la oportunidad de comprar en OMEGA TRACTORS pude apreciar que si se maneja correctamente la información de los repuestos esto es un punto a su favor porque nos brindan seguridad al momento de adquirir un repuesto.

6.-¿ Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Mayormente se adquiere repuestos originales ya que son los de mayor rotación eventualmente se compran repuestos alternativos pero no representa un número significativo .

7.-¿ Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Mayormente si los repuestos de mas marcas que requerimos si se encontraron alguna vez no se obtuvo en stock pero mayormente si encontramos lo que necesitamos.

8.- ¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el último año 2013?

A los principales distribuidores dentro de los que destaca FERREYROS .

9.- ¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

En lo comercial de la empresa y brinda garantía de productos originales.

NOMBRE : DARIO TORRES

EMPRESA : MEGA GROUP PERU CORPORATION SAC

CARGO : JEFE LOGISTICO.

ENTREVISTA A EMPRESA - E / A CONTRATISTAS GENERALES SRL

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vínculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- ¿En que tipo de Empresa labora?

- Contratista Minera

2.-¿ Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años , lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Yo creo que actualmente sector minero esta estable si hubo crecimiento hace unos 2 años pero ahora está estable la demanda de repuestos de maquinaria si aumento no de manera significativa pero si hay mayor requerimiento de repuestos.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

La calidad de los repuestos es importante no ganamos nada comprando un producto a precio bajo si no es de buena calidad por eso creo que lo principal a tomar en cuenta, luego también analizamos los precios y la rapidez de entrega de los productos.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Sinceramente contamos con un staff de mantenimiento preventivo para las maquinarias por lo que no utilizamos el servicio postventa pero si me parece atractivo para la decisión de elección de proveedor.

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Las personas que me a atendido tienen conocimiento de los productos no profundamente con características técnicas pero si un conocimiento suficiente para la venta de los productos , no está mal.

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Se adquieren los dos tipos de productos tanto originales como alternativos a veces se puede economizar en un repuesto alternativo claro si no se requiere mayor calidad como un repuesto original se adquiere en valor a la máquina y el valor que esto representa.

7.- ¿ Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Si encontré los productos que requerí mayormente los alternativos y en tanto a los originales algunos no se tenía en stock pero con el tiempo adecuando si se pudo adquirir.

8.- ¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el último año 2013?

A KOMATSU mayormente los originales y alternativos a EQUIPOS ATENUZ.

9.- ¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

Son empresas conocidas con garantía y el precio no varía mucho en algunos repuestos.

NOMBRE : DANIEL CAMPOS

EMPRESA : E / A CONTRATISTAS GENERALES SRL

CARGO : GERENTE

ENTREVISTA A EMPRESA OIG CONTRATISTAS GENERALES

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vínculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.-¿ En que tipo de Empresa labora?

- Contratista Minera

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Ciertamente si el sector minero a crecido en los últimos tres años y la demanda tanto de insumos como repuestos se ha incrementado al tener mayor trabajo.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

El precio es importante para la compra de maquinaria y la garantía de los productos es básico para la compra no se puede confiar en un repuesto esencial esos dos factores van de la mano precio-calidad.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Me parece muy bien este servicio nos ayuda en emergencias y algunas cosas que dé repente no se tiene mucha información pero definitivamente si hace que OMEGA TRACTORS sea mas atractivo por el servicio post venta.

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Hasta el momento se me a brindado la información requerido no e tenido ningún problema con la información que se me dio y espero que se sigan capacitando me parece muy importante.

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Los repuestos alternativos son mas fáciles de obtener pero adquirimos de los dos tipos pero un poco mas alternativos son igual que los originales pero a un mejor precio.

7.- ¿ Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Si mayormente encontré lo que buscaba los repuestos que requiero los encuentro rápidamente y eso me economiza en tiempo lo cual es bueno para nuestra empresa.

8.-¿ A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el último año 2013?

Las más conocidas FERREYROS y KOMATSU .

9.-¿ En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

Los repuestos son de garantía y originales demora a veces la atención pero al final se obtiene lo que se necesita.

NOMBRE : ANTONIO LINARES

EMPRESA : OIG CONTRATISTAS GENERALES

CARGO : GERENTE LOGISTICA

ENTREVISTA A EMPRESA DCR CONTRATISTAS

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vínculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- ¿En qué tipo de Empresa labora?

- Contratista Minera

2.-¿ Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años , lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

El sector minero a evolucionado con el paso del tiempo existen nuevos proyectos y ampliaciones eso genera mayor demanda por lo que la maquinaria trabaja más eso requiere mayor mantenimiento lo que lleva a tener mayor demanda de repuestos.

3.-¿ Cuáles son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

El precio es básico para la compra de repuestos un buen precio genera ahorro para la empresa lo cual es positivo lo que no podemos descuidar es la garantía de los productos es necesario tener repuestos a la altura de la situación.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Es básico para la compra de repuestos quien mejor que el vendedor para dar mantenimiento a la maquinaria que conoce los mecanismos y funcionamientos de los productos.

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Cada vez que realizamos compras se trata de conocer más el repuesto características e información relevante en omega TRACTORS siempre me a brindado la información que es requerido.

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Tratamos de adquirir repuestos originales es importante la calidad de los productos pero alguna vez se adquirió repuestos alternativos.

7.- ¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Casi siempre si pero algunos repuestos de maquinaria relativamente nueva o del año a veces no pero las cosas estándares si.

8.- ¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el último año 2013?

A empresas como PERU TRACTOR SRL , REPDAPARTS SRL , VOLVO y las más comerciales como FERREYROS.

9.-¿ En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

Existe una competencia de precios algunos tienen mejores precios que otros que no es mucho pero el mismo producto a un menor costo de todas maneras en atractivo para nosotros.

NOMBRE : ALONSO FERNANDEZ

EMPRESA : DCR CONTRATISTAS MINEROS

CARGO : JEFE DE EQUIPOS

ENTREVISTA A EMPRESA SERVITRANS S.R.L

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vínculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- En qué tipo de Empresa labora.

- Contratista Minera

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Yo que laboro en el área de operaciones e podido apreciar que a crecido gradualmente en los últimos años la minería en el sur del país existe mayor inversión lo que a conllevado a incrementar la demanda de maquinaria pesada y el mantenimiento que eso incurre.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

Dos factores claves la calidad del producto ósea si es original y el precio pero lo más importante es la calidad del repuesto.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Es bueno saber que se tiene un servicio de respaldo pero eso también se puede realizar dentro de la empresa me parece que el factor mas importante es el buen estado del repuesto garantía y calidad.

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Si, no hay problema en ese aspecto de la información es correcto y suficiente.

6.-¿ Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Los dos tipos dependiendo del tipo de requerimiento pero nos inclinamos por los originales .

7.- ¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

La mayoría si algunos repuestos originales no en stock pero si todos los alternativos.

8.- ¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el último año 2013?

A FERREYROS y REDIRED SRL cuando no encuentro el OMEGA TRACTORS lo que requiero.

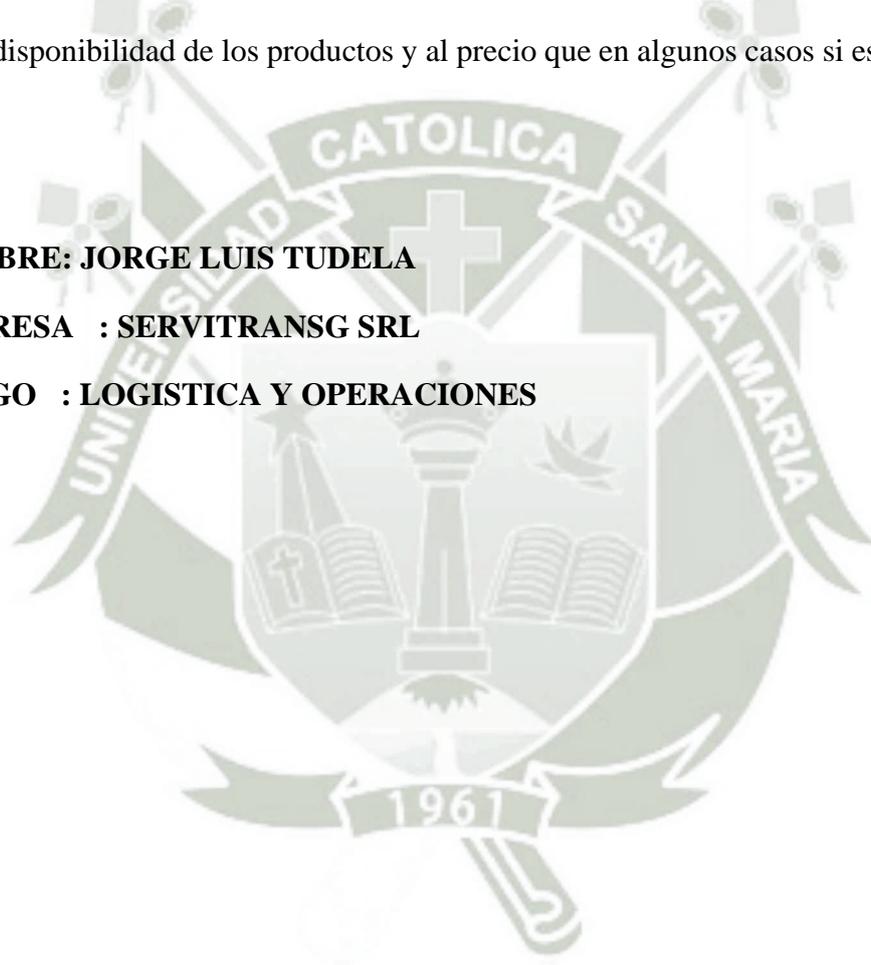
9.- ¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

En la disponibilidad de los productos y al precio que en algunos casos si es considerable.

NOMBRE: JORGE LUIS TUDELA

EMPRESA : SERVITRANS S.R.L

CARGO : LOGISTICA Y OPERACIONES



ENTREVISTA A EMPRESA JN MAQUINARIAS E INVERSIONES

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vínculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- ¿En que tipo de Empresa labora?

- ALQUILER DE MAQUINARIA

2.-¿ Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años , lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

El alquiler de maquinaria a incrementado en los últimos años gracias al crecimiento de la inversión lo cual provoca que se requiera mayor cantidad de repuestos de maquinaria amarilla.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

Es importante la calidad del producto ya que de esto depende el desempeño de la maquinaria en el trabajo los precios no varían mucho pero eso es importante que la tengo productos que alarguen la vida útil de la maquinaria.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Es bueno que se tenga pero no lo usamos mucho porque en la empresa contamos con personal para dar mantenimiento a los equipos pero si es favorable contar con esta ayuda.

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Se me a brindado la información correcta lo más importante es la atención rápida que se nos brinda eso me parece bueno y espero que siga siendo así la atención.

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Depende de qué tipo de repuestos pero los importantes y de mayor utilidad como una transmisión son originales aquí lo importante es la calidad y la garantía de el producto.

7.-¿ Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Los originales si porque son comerciales y conocidos algunos que son pequeños como retenes alternativos pero al final si la mayoría se encontró.

8.-¿ A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

A FERREYROS y REDIREL SRL son conocidos y fáciles de ubicar.

9.- ¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

En la trayectoria principalmente son empresas conocidas y conocen bien los productos.

NOMBRE : JOHNA MAYTA

EMPRESA : JN MAQUINARIAS E INVERSIONES

CARGO : ENGARCADO DE COMPRAS

ENTREVISTA A EMPRESA TRALEX SRL

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio de Mercado por lo cual agradecería su Opinión.

1.- ¿En que tipo de Empresa labora?

- ALQUILER DE MAQUINARIA

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Definitivamente a crecido existe más demanda de obras en minería o obras civiles eso provoca que se requiera mayor mantenimiento a la maquinaria, nosotros presentamos un mayor presupuesto para el mantenimiento así como compra de repuestos.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

El repuesto no puede ser bamba tiene que ser de la marca y descripción correcta ese es el factor más importante el precio es discutible pero la duración de un producto no se puede jugar con eso.

4.- Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Contamos con técnicos calificados para dar el mantenimiento correcto a las maquinas me parece bien que se de ese servicio pero en particular preferimos dar mantenimiento con nuestro personal.

5.-¿ Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Es importante conocer los productos no se puede vender repuestos sin conocer sus características pero en OMEGA TRACTORS si se tiene la información y características de repuestos y especificaciones, pero siempre hay que seguir capacitando.

6.-¿ Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Son los dos importante para nosotros pero de todas maneras nos inclinamos mas por los originales en especial Caterpillar eso tiene que ser los originales los precios si bien varian no se puede escatimar costos en eso.

7.- ¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Los alternativos si porque son comunes y fácil de ubicar , los originales es más dificultoso porque algunos son de última generación pero con el pedido a tiempo si se pueden ubicar.

8.- ¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

A FERREYROS y KOMATSU porque son distribuidores de repuestos originales.

9.- ¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

A que son comerciales y tienen los repuestos más difíciles de ubicar.

NOMBRE: MARIA DEL PILAR NUÑEZ

EMPRESA: TRALEX SRL

CARGO: JEFE DE COMPRAS



ENTREVISTA A EMPRESA EQUIPOS Y MAQUINARIAS EIRL

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vínculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- ¿En que tipo de Empresa labora?

- ALQUILER DE MAQUINARIA

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

El sector construcción a crecido en los últimos años lo que genera mayor mantenimiento de maquinaria el presupuesto para el mantenimiento también se a incrementado porque se utiliza mas tiempo los equipos.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

El precio y la garantía pero más importante es el tiempo de entrega del repuesto no sirve de nada precio bajo y el correcto repuesto si no se tiene en stock me parece que el tiempo es un factor importantísimo.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Si es importante contar con este servicio es un respaldo de todas maneras aunque se puede tener mantenimiento preventivo es bueno tenerlo presente.

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Hasta el momento si se me a brindado la información que requerí lo que me parece necesario es saber el tiempo de vida de los productos de manera que podemos anticiparnos a los acontecimientos.

6.-¿ Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Los dos se adquieren tanto originales como alternativos.

7.- ¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

E adquirido la mayoría de los productos que busque de varios tipos de maquinaria en especial los alternativos.

8.-¿ A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

A las empresas distribuidoras como FERREYROS y otras como REPDAPARTS SRL .

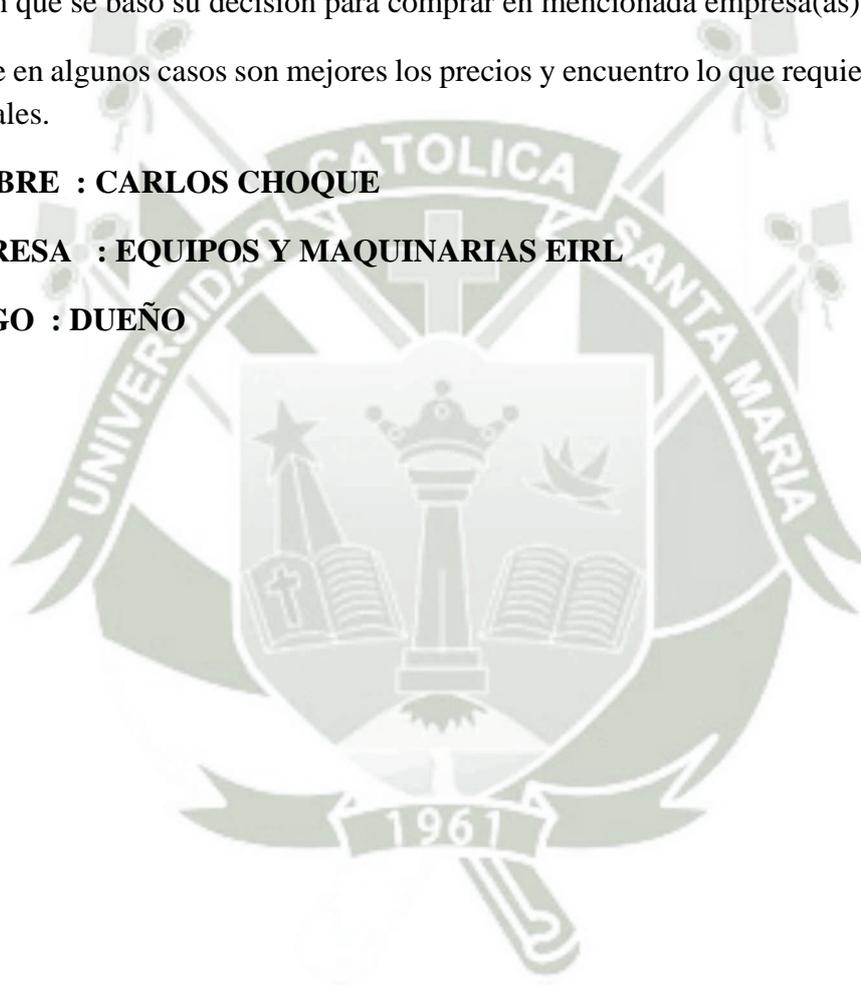
9.- ¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

Porque en algunos casos son mejores los precios y encuentro lo que requiero en repuestos originales.

NOMBRE : CARLOS CHOQUE

EMPRESA : EQUIPOS Y MAQUINARIAS EIRL

CARGO : DUEÑO



ENTREVISTA A EMPRESA MAQUINARIAS GOMEZ

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vinculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.-¿ En que tipo de Empresa labora?

- ALQUILER DE MAQUINARIA

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

El sector de construcción a crecido bastante hay mas competencia y mayor demanda de trabajo tanto de mano de obra como maquinaria, esto da como resultado que se requiera dar más mantenimiento a los equipos.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

La garantía de los productos es importante el precio no varía mucho me parece más importante las marcas correctas y el buen funcionamiento de los repuestos.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Es algo que no todas las empresas de venta de maquinaria brindan lo cual me parece muy bueno en especial el servicio mecánico lo cual brinda un mejor conocimiento de los repuestos y así mejorar su funcionamiento.

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Si conocen los productos las especificaciones son las correctas me parece bien lo que saben pero deben saber mas es sobre mantenimiento pero en general si conocen.

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Los dos se adquieren tanto originales como alternativos.

7.-¿ Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Los repuestos que más son buscados son los originales y si los encuentro en OMEGA TRACTORS .

8.- ¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el último año 2013?

A KOMATSU en especial y FERREYROS.

9.- ¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

En que encuentro los productos en estas empresas y los más difíciles de encontrar que son los originales.

NOMBRE : GIAN MARCO GOMEZ

EMPRESA : MAQUINARIAS GOMEZ

CARGO : DUEÑO



ENTREVISTA A EMPRESA JULIANA CHOQUE

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vinculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- ¿En que tipo de Empresa labora?

- ALQUILER DE MAQUINARIA

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Hay más trabajo y mas obras, mas proyectos de excavación lo que genera que se tenga que dar mantenimiento a los equipos.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

Si bien el precio es importante creo que más importante tener el correcto repuesto y que tenga el correcto funcionamiento eso me parece que debe ser bueno.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

El mantenimiento de los equipos es muy importante no puede fallar tenemos talleres que nos dan un buen mantenimiento pero si se nos brinda servicio mecánico me parece correcto y es bueno ahorrar.

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Si, se me a informado de manera correcta de los productos y su funcionamiento no tengo quejas sobre eso.

6.-¿ Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Más compramos originales solo a veces alternativos.

7.- ¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Los repuestos que más son buscados son los originales y si los encuentro en OMEGA TRACTORS .

8.- ¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

Las empresas que me parecen lideran ventas como FERREYROS

9.-¿ En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

En que encuentro todos los repuestos y es fácil de adquirirlos.

NOMBRE :JULIANA CHOQUE

EMPRESA : JULIANA CHOQUE

CARGO : DUEÑA



ENTREVISTA A EMPRESAS MAQUINARIAS VALA

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vinculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.-¿ En que tipo de Empresa labora?

- ALQUILER DE MAQUINARIA

2.-¿ Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años , lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Ciertamente el sector construcción a crecido de igual manera que la minería generando mayor trabajo para mas peruanos en la zona sur , el alquiler mecánico de maquinaria resulta ahora más necesario y en menor tiempo es necesario tener que adquirir repuestos en menos tiempo.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

Lo importante al momento de adquirir maquinaria es el buen funcionamiento de los repuestos , además de que mejoren y alarguen el tiempo de vida de la maquinaria.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Me parece que es importante el mantenimiento de la maquinaria se dentro de la empresa o fuera si bien OMEGA TRACTORS brinda el servicio no lo utilizamos mucho porque contamos con el area de mantenimiento preventivo de maquinaria.

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Según las referencia que tengo de la atención al cliente si es la correcta.

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Damos preferencia a los repuestos originales son de mayor confianza y pienso que mejora el rendimiento de la maquinaria .

7.- ¿ Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Si mayormente si salvo algunas veces que son repuestos escasos en el mercado.

8.-¿ A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

A las empresas distribuidoras como KOMATSU y FERREYRROS.

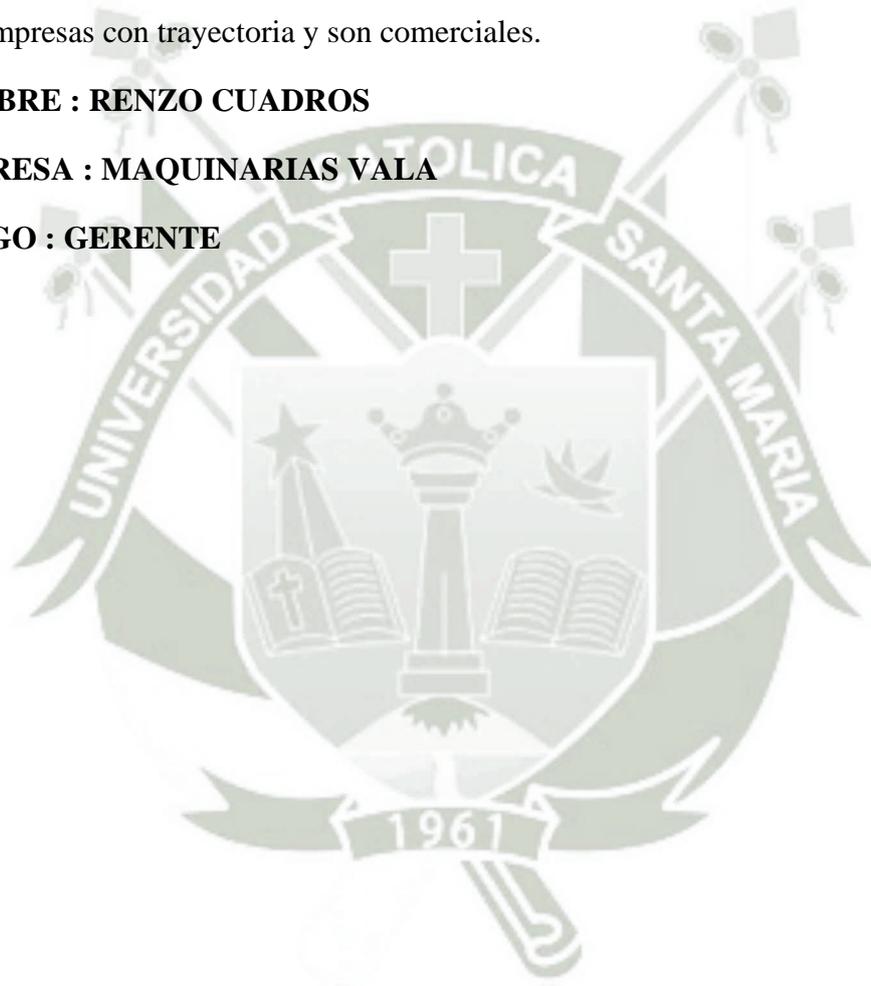
9.- ¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

Son empresas con trayectoria y son comerciales.

NOMBRE : RENZO CUADROS

EMPRESA : MAQUINARIAS VALA

CARGO : GERENTE



ENTREVISTA A EMPRESA MAQUINARIAS TRANSMAQ -

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vinculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- ¿En que tipo de Empresa labora?

- ALQUILER DE MAQUINARIA

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años , lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Yo creo que el sector de construcción vale decir obras civiles representa un crecimiento en los últimos 5 años lo cual conlleva a que se de mayor uso a la maquinaria pesada y se gasta mas en el mantenimiento de estas.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

Los factores a tomar en cuenta son los de garantía, buen estado del repuesto y sobre todo su buen funcionamiento muy aparte del precio es importante la manera de trabajo del repuesto.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Me parece que el servicio post venta es importante y es un buen servicio adicional para tener en cuenta como proveedores.

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Tengo referencia positiva de la atención al cliente por parte de OMEGA TRACTORS.

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Se adquieren diversos tipo de repuestos tanto originales como alternativos.

7.- ¿ Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Según el registro de compras el 60% de las compras de repuestos se realizan en OMEGA TRACTORS entonces si se encuentra los repuestos en su mayoría.

8.-¿ A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

A empresas como FERREYROS principalmente en los que es repuestos CATERPILLAR.

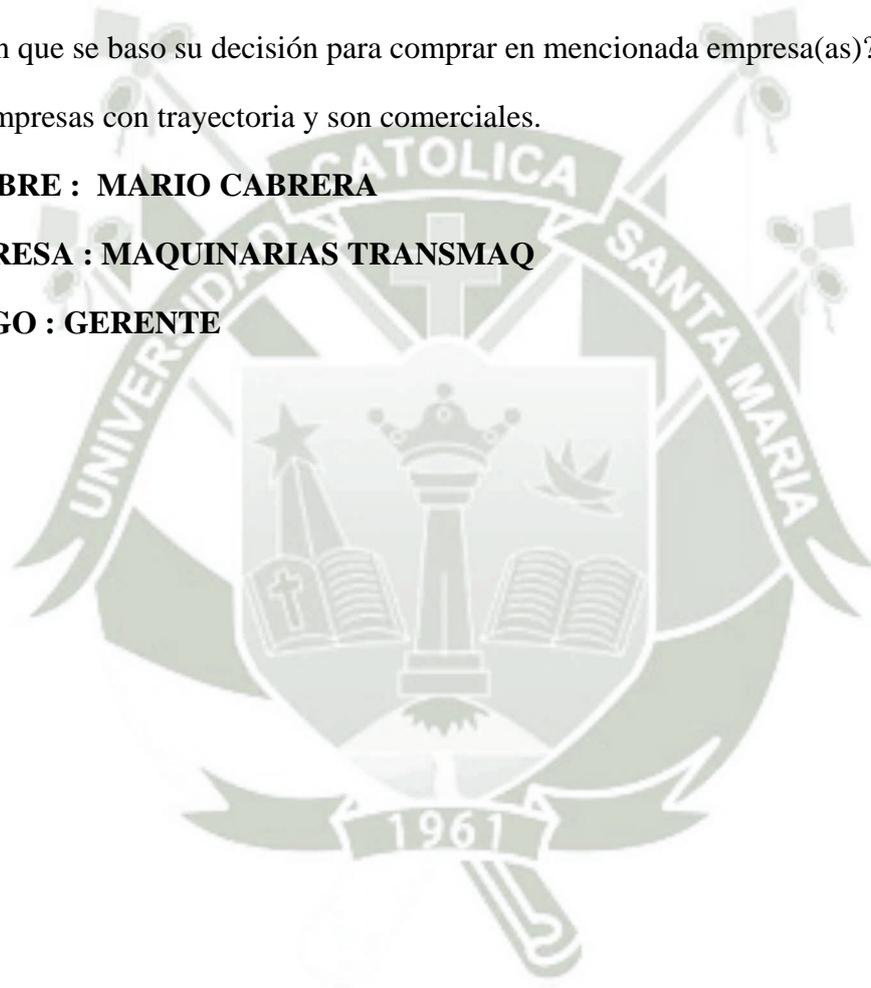
9.-¿ En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

Son empresas con trayectoria y son comerciales.

NOMBRE : MARIO CABRERA

EMPRESA : MAQUINARIAS TRANSMAQ

CARGO : GERENTE



ENTREVISTA A EMPRESA FOX SERVICIOS GENERALES

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vinculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- ¿En que tipo de Empresa labora?

- ALQUILER DE MAQUINARIA

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Si bien la economía en el Perú es estable el sector minero y construcción si presenta un crecimiento progresivo lo cual nos obliga a satisfacer la demanda en el área sur , notablemente se tiene que realizar mantenimientos a los equipos.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

El precio siempre es importante para la compra de repuestos de maquinaria va de la mano con la garantía de los productos si son originales , copias o marcas parecidas

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Me parece muy bien que se brinde este servicio no lo utilizamos mucho por que contamos con mecánicos de mantenimiento pero es bueno saber que se cuenta con este servicio

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)

Las ocasiones que compre en OMEGA TRACTORS me brindaron información apropiada sobre el mantenimiento de los productos me parece que si son capaces de brindar el servicio.

6.-¿ Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Los dos tipos los originales en productos elementales y alternativos con cosas que se gastan con mayor facilidad.

7.- ¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Normalmente si en los repuestos mas estándares, existen algunos repuestos que son difíciles de encuentran en el mercado pero después todo es accesible.

8.- ¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

A empresas como REPDAPARTS SRL y las conocidas FERREYROS y KOMATSU.

9.- ¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

Son las más conocidas en el rubro de maquinaria pesada.

NOMBRE : ROBERTO BENITEZ

EMPRESA : FOX SERVICIOS GENERALES)

CARGO : DUEÑO

ENTREVISTA A EMPRESA BULLDOZER SAC

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vinculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- ¿En que tipo de Empresa labora?

- ALQUILER DE MAQUINARIA

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Definitivamente si, a crecido bastante en los últimos años nos ha ido bien en lo que es contratos con mineras a mejorado el pago a pesar de mayor competencia creo que hay trabajo para todos lo que nos lleva a mayor inversión y mayor mantenimiento pero es normal con el crecimiento de la industria, los repuestos si son mas requeridos en nuestra empresa.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

El factor más importante es el funcionamiento de el repuesto no los costos sino que el repuesto sea el correcto para la maquinaria.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Me parece atractivo obviamente es un factor que puede ser clave para la adquisición del repuesto, en la elección muy en el caso que los precios sea parecidos y no varían mucho.

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

El personal que nos a atendido si conocían las características del repuesto eso me parece bien porque a veces se tienen dudas al comprar un repuestos por la marca o el tipo de producto.

6.-¿ Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Los dos tipos pero me parece que nos inclinamos por los repuestos originales.

7.- ¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

La mayoría si en especial los repuestos originales

8.-¿ A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

A empresas como FERREYROS y KOMATSU porque sus productos son de garantía.

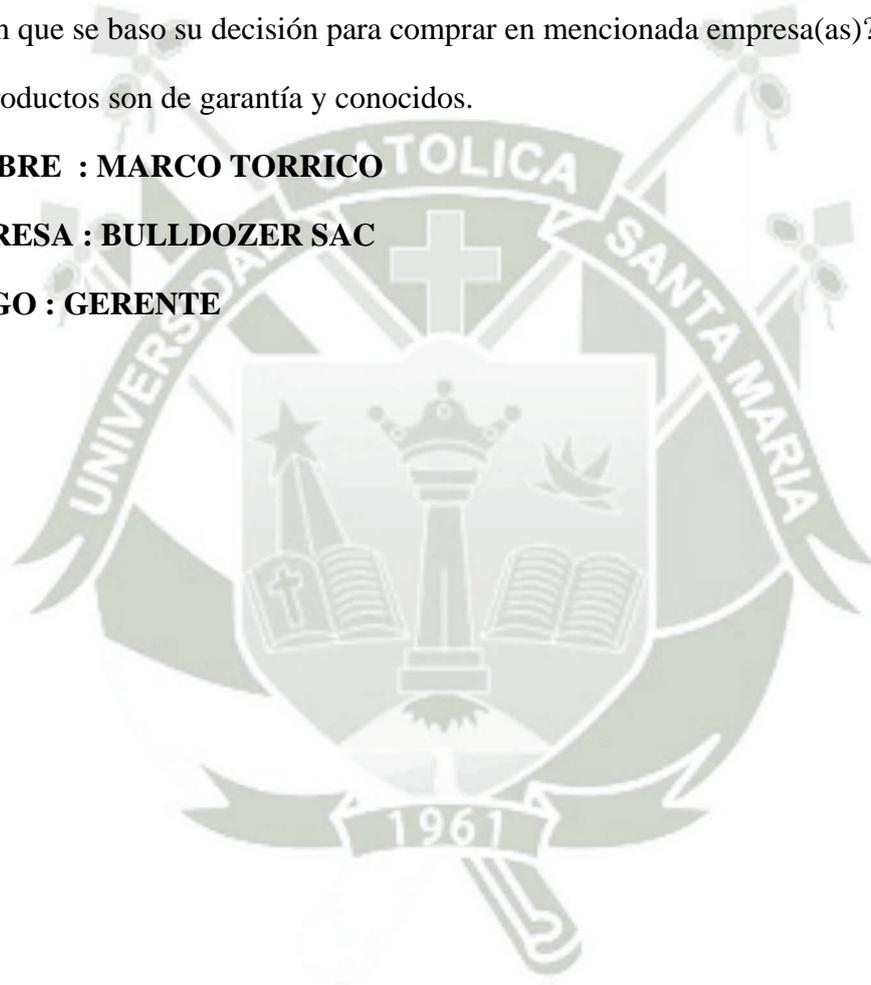
9.- ¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

Los productos son de garantía y conocidos.

NOMBRE : MARCO TORRICO

EMPRESA : BULLDOZER SAC

CARGO : GERENTE



ENTREVISTA A EMPRESA RN TRANSPORTES Y MAQUINARIAS

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vinculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.-¿ En que tipo de Empresa labora?

- ALQUILER DE MAQUINARIA

2.-¿ Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años , lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

El alquiler de maquinaria pesada cada vez es mas competitivo existe mas demanda de maquinaria por lo que es necesario adquirir mayor cantidad de repuestos .

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

Los factores claves para elegir a un proveedor son la calidad de atención al cliente y la calidad del producto el precio es relevante pero me parece que mas la trayectoria y atención al cliente.

4.-¿ Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Pienso que todas la empresas de maquinaria pesada deben contar con este servicio y el que brinda OMEGA TRACTORS es estándar ni malo ni perfecto pero se puede ir mejorando.

5.-¿ Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Es un factor importante la atención al cliente el trato y la información que se brinda porque a la empresa que adquiere los repuestos le facilita la compra y le proporciona un clima agradable al momento de comprar.

6.-¿ Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Son necesarios los dos tipos de preferencia originales a veces no se encuentran entonces se compra alternativos.

7.- ¿ Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Se encontró los repuestos que se requería .

8.- ¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

A empresas como FERREYROS y distribuidores minoristas .

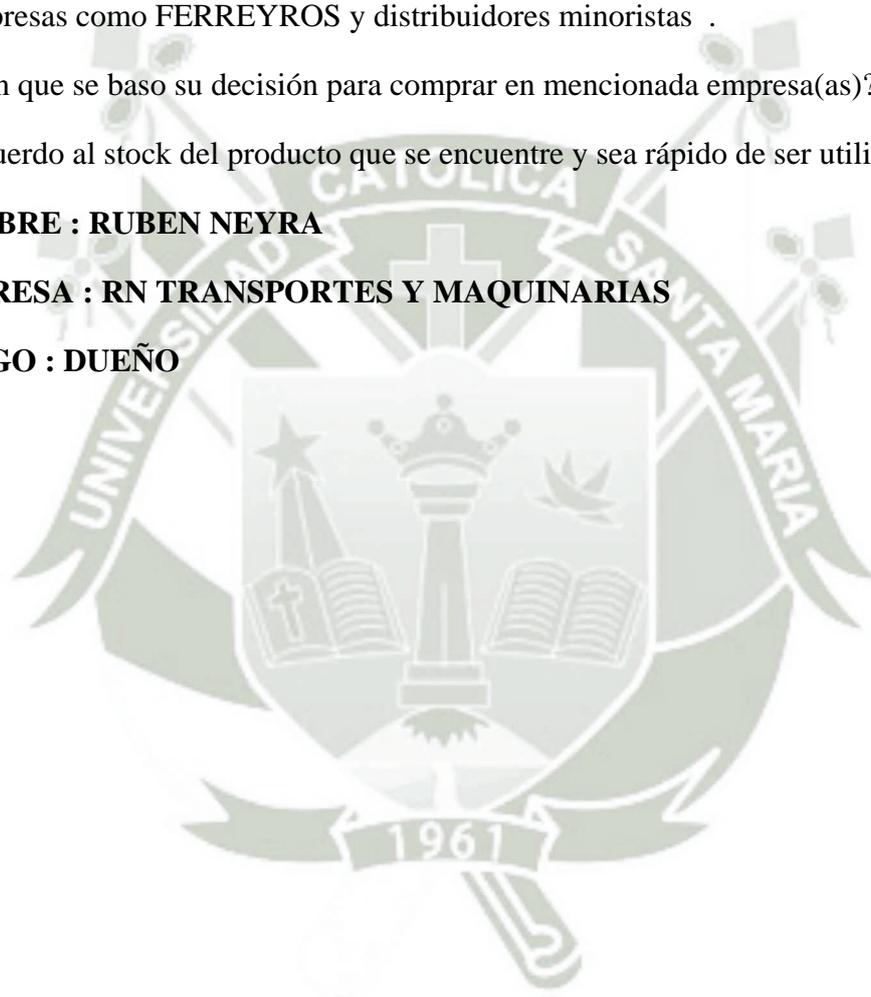
9.-¿ En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

De acuerdo al stock del producto que se encuentre y sea rápido de ser utilizado.

NOMBRE : RUBEN NEYRA

EMPRESA : RN TRANSPORTES Y MAQUINARIAS

CARGO : DUEÑO



ENTREVISTA A EMPRESA TRANSPORTES CHE CARLITOS

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vinculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- ¿En que tipo de Empresa labora?

- ALQUILER DE MAQUINARIA

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años , lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

El sector de la construcción en el sur del país a crecido con el paso de los años durante el 2011 y 2012 hubo un incremento significativo en la valoración de inmuebles lo cual es positivo para el alquiler de maquinaria pesada lo cual incrementa el mantenimiento de ello.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

Es importante es estado de los repuestos que estén en perfecto estado tanto exteriormente como su funcionamiento aparate de la durabilidad de los productos.

4.-¿ Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda **OMEGA TRACTORS** (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Personalmente prefiero empresas con servicio post venta porque la relación entre el cliente y proveedor no desaparece se encuentran enlazados así como un mayor compromiso por ambas partes.

5.-¿ Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

No tengo quejas al respecto de la atención es rápida y sin problemas.

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Son necesarios los dos tipos de preferencia originales a veces no se encuentran entonces se compra alternativos.

7.- ¿ Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

En casi la mayoría de las compras se obtuvo los productos en stock de otra manera se realiza un pedido.

8.- ¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

Las mas conocidas FERREYROS y REPDAPARTS.

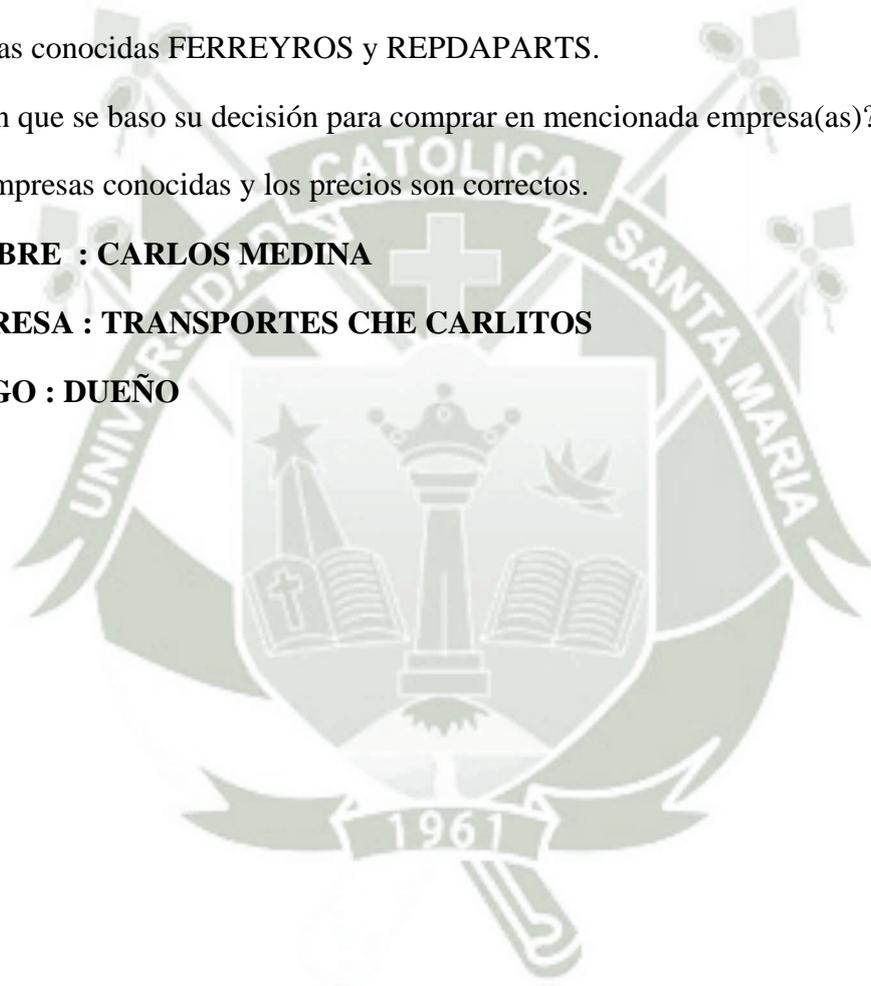
9.-¿ En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

Son empresas conocidas y los precios son correctos.

NOMBRE : CARLOS MEDINA

EMPRESA : TRANSPORTES CHE CARLITOS

CARGO : DUEÑO



ENTREVISTA M Y R MAQUINARIAS DRILLING

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio de Mercado por lo cual agradecería su Opinión.

1.-¿ En que tipo de Empresa labora?

- ALQUILER DE MAQUINARIA

2.-¿ Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años , lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

El sector construcción civil y obras en el área sur a incrementado existe mayor inversión pública lo que a provocado que la maquinaria tenga mayor mantenimiento lo cual demanda mayor mantenimiento y compra de repuestos.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

Son varios factores como el funcionamiento de los repuestos y el precio de los repuestos.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Me parece correcto que se de este servicio en especial cuando la maquinaria tiene tanto desgaste y trabajo.

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Las referencias son positivas respecto a la atención al cliente sin problemas de entrega ni tramites de pago todo conforme.

6.-¿ Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Los repuestos varían bastante en cuestión de calidad los originales con mas caros pero son necesarios creo que los dos son productos que se requiere.

7.- ¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

En gran parte si algunos que no se encuentran en stock pero la gran mayoría si.

8.- ¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

A las distribuidores como FERREYROS y KOMATSU.

9.- ¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

En su trayectoria y que se encuentra la mayoría de los repuestos.

NOMBRE : JOSE ALBERTO ITURRIAGA

EMPRESA : M Y R MAQUINARIAS DRILLING SRL

CARGO : GERENTE



ENTREVISTA A EMPRESA MAQUINARIAS DEL CENTRO S.A.C

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vinculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- ¿En que tipo de Empresa labora?

- ALQUILER DE MAQUINARIA

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años , lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Yo creo que si a crecido en los últimos dos años por el boom minero lo que genera mayor demanda de maquinaria pesada mayor área de trabajo por lo que se requiere comprar mayor mantenimiento de maquinaria.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

Los factores que son importantes son la garantía y utilidad del repuesto esto quiere decir que el repuesto sea el correcto el precio también influye para la compra .

4.-¿ Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Me parece que las empresas serias y con un buen servicio brindan este servicio ya que al ser los proveedores conocen los productos es conveniente tener presente este servicio.

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Me parece que si se conoce sobre los productos al momento de la compra no e tenido ningún inconveniente sobre ese asunto.

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Se adquieren los dos tipos se trata de adquirir mayormente los originales pero a veces por stock se adquieren alternativos.

7.- Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Los repuestos alternativos si se encuentran los repuestos originales son un poco mas difíciles de encontrar claro algunos.

8.-¿ A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

Creo que su mayor competencia es FERREYROS por ser un distribuidor.

9.-¿ En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

En que como lo dije es distribuidor de repuestos originales.

NOMBRE : GONZALO ESCALANTE

EMPRESA : MAQUINARIAS DEL CENTRO S.A.C –

CARGO : COMPRAS



ENTREVISTA A EMPRESA TRACTOR CARDENAS SRL

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vinculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.-¿ En que tipo de Empresa labora?

- ALQUILER DE MAQUINARIA

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

El alquiler de maquinaria si bien existe mayor competencia existe mas mercado para desarrollarse gracias a nuevos proyectos lo que a llevado a realizar mayor mantenimiento a la maquinaria incrementando el presupuesto para el las compras de mantenimiento.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

Definitivamente la marca del repuesto la calidad y la garantía los precios varían mucho por lo que se analizan otros factores como la atención al cliente y el tiempo de entrega .

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Es bueno contar con este servicio junto al departamento de mantenimiento agilizar e proceso de reparación y mantenimiento.

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

El personal de compras de nuestra empresa tiene referencia positiva de la atención al cliente por parte de OMEGA TRACTORS .

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Se adquieren tanto originales como alternativos los mas buscados son originales a menor costo nos enfocamos a adquirí esos.

7.- ¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Se a encontrado en un 80% existen algunos difíciles de encontrar pero con el tiempo correcto si se pueden encontrar.

8.- ¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

Los grandes de la maquinaria pesada como FERREYROS

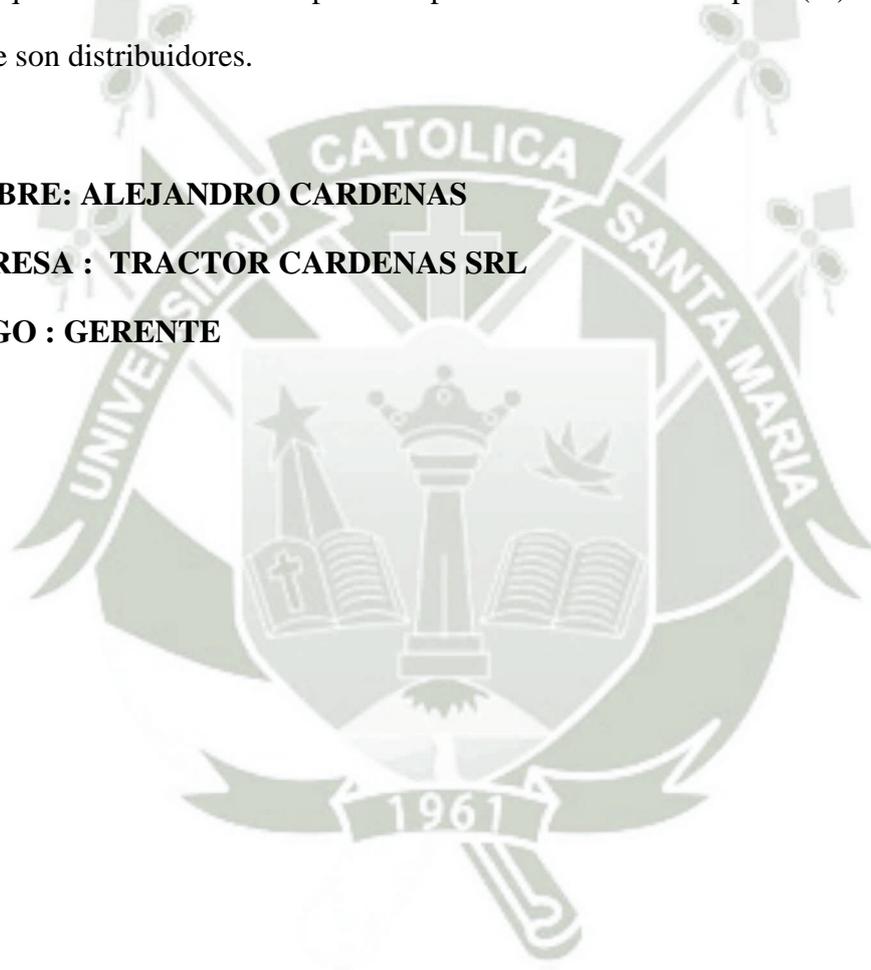
9.- En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)

En que son distribuidores.

NOMBRE: ALEJANDRO CARDENAS

EMPRESA : TRACTOR CARDENAS SRL

CARGO : GERENTE



ENTREVISTA A EMPRESA HUB BAY

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vinculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- En que tipo de Empresa labora.

- Minería

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años , lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

El sector minero viene creciendo desde hace unos años, nuestra producción a comparación del año pasado ha crecido 15% por lo que la necesidad de Maquinaria a aumentado además somos nosotros los que nos encargamos de la reparación y mantenimiento de la Maquinaria que alquilamos por lo que la compra de repuestos ha crecido considerablemente.

3.-¿ Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

La seriedad es importante ya que nosotros nos guiamos mas por el tiempo , una maquina parada es gasto de dinero y disminución de producción, así mismo buscamos que los repuestos que se nos proporciona sean originales y de calidad (existen repuestos CAT hechos en china) y en omega los repuestos los importan directamente de EEUU.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Nosotros tenemos nuestro propio staff de mecánicos por lo que no nos es un factor a considerar

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

En mi experiencia propia siempre se me ha atendido a tiempo y las consultas que he hecho respecto a repuestos que no tenia los números de parte se me han sido resueltas, tienen experiencia en este rubro a comparación de otra empresas que la atención es lenta

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

De acuerdo a la política de la empresa, solo adquirimos repuestos originales

7.- ¿ Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Algunos repuestos que he solicitado no he encontrado en omega por lo que son maquinas que recién están saliendo al mercado es por eso que se tuvo que ir a la competencia (Ferreyros).

8.-¿ A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

FERREYROS

9.- En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)

La mayoría de repuestos de acuerdo a políticas se pide directamente a FERREYROS, cuando se trata de urgencias o montos menores compramos directamente a OMEGA TRACTORS

NOMBRE: ROBERTO CARLOS DEL PRADO

EMPRESA: HUB BAY

CARGO: DEPARTAMENTO DE LOGISTICA

ENTREVISTA A EMPRESA MINERA YANAQUIHUA

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vinculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- En qué tipo de Empresa labora.

- MINERÍA

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

- Efectivamente la minería y la construcción viene en alza en los últimos años y tenemos proyecciones positivas por lo que la adquisición de maquinaria y la subcontratación de la misma ha crecido.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

La empresa Omega Tractor tiene trayectoria, eso nos brinda confianza además que trabaja con otras empresas del sector. La atención es buena, el gerente tiene experiencia en la mecánica y nos recomienda los repuestos a llevar cuando no tenemos los códigos y solo tenemos las referencias cosa que no hace la competencia.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

El servicio que nos brinda es el asesoramiento lo que nos es muy útil en lo referente a la mecánica nuestra empresa cuenta con personal calificado para la reparación de nuestras maquinarias.

5.- ¿Cree Ud que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Efectivamente el personal de omega es bueno, su capacidad de atención es rápida.

6.-¿ Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

De acuerdo a nuestros mecánicos los repuestos importantes digámoslo así se adquieren en originales pero los repuestos secundarios si se pueden comprar en alternativos ya que su función no es primordial y podemos reducir costos sin perder la calidad.

7.- ¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

La mayoría de puestos si los hemos encontrado, pero hay repuestos que no los tenían en stock y por el tiempo tuvimos que ir ala competencia

8.- A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013.

- FERREYROS

- PERU TRACTOR

9.- ¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

Por la disponibilidad del repuesto y por que al momento de hacer paquetes grandes de compra se hacen directamente con FERREYROS.

Nombre: HUMBERTO ROJAS

Empresa: MINERA YANAQUIHUA

Cargo: JEFE LOGISTICO

ENTREVISTA A EMPRESA SOCIEDAD MINERA CERRO VERDE

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vinculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- ¿En que tipo de Empresa labora?

a) Minería

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años , lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Cerro verde en los últimos años ha aumentado su producción además se ha empleado la mina lo que nos ha obligado a adquirir mayor cantidad de maquinaria y aumentar la subcontratación de maquinarias por parte de los contratistas

3.-¿ Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

La seriedad de la empresa es importante al momento de considerar al proveedor, además de la capacidad de atención es decir el TIEMPO.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Es un factor importante pero nosotros tenemos convenio con FERREYROS en lo referente al mantenimiento de equipos.

5.- Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)

De acuerdo a su capacidad de atención, la rapidez y la efectividad puedo afirmar la preparación de su personal.

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Solo compramos repuestos CATERPILLAR, KOMATSU O CUMMINS

7.- Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Si nos han atendido en nuestros requerimientos.

8.- A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013.

FERREYROS, KOMATSU

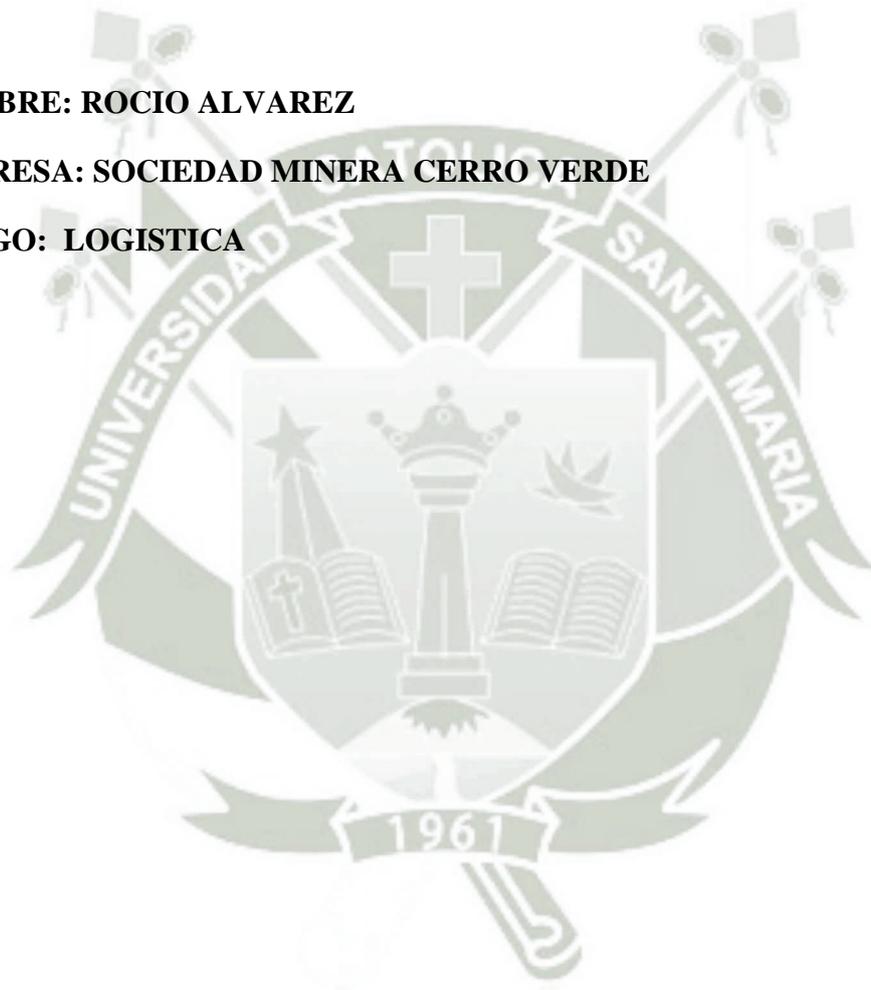
9.- En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)

Los repuestos por convenio los compramos directamente a FERREYROS Y KOMATSU

NOMBRE: ROCIO ALVAREZ

EMPRESA: SOCIEDAD MINERA CERRO VERDE

CARGO: LOGISTICA



ENTREVISTA A EMPRESA CEDEMIN (GRUPO BUENA AVENTURA)

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vinculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- En que tipo de Empresa labora.

- Minería

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años , lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Actualmente venimos viviendo un crecimiento considerable lo que nos ha llevado a adquirir mayor numero de maquinarias por lo que la adquisición de repuestos también ha aumentado

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

OMEGA TRACTORS es una empresa seria que lleva años en le mercado , tiene experiencia en el rubro y los repuestos que nos brindan son de calidad, muchas veces nos atienden las emergencias y se regulariza las ordenes después, es decir existe confianza proveedor – cliente.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Es un factor importante para nosotros ya que nuestras maquinas cuando nuestros mecánicos no pueden con una reparación, son los mecánicos de omega los que nos brindan el servicio en campo y cerramos el pull con la compa de los repuestos a necesitar , ahorramos tiempo en buscar dos proveedores distintos, además nos despachan los requerimientos hasta mina.

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Considero que la empresa tiene personal calificado con conocimiento y experiencia en la venta de repuestos.

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

La mayoría de repuestos los adquirimos en originales Caterpillar, los repuestos como sellos entre otros repuestos secundarios los adquirimos en marca alternativa americana que son igual de buenos pero de menor costo

7.- ¿ Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Casi siempre, los repuestos que no tienen en stock esperamos a que los pidan

8.- ¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

KOMATSU

9.-¿ En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

Es la única empresa que tienen estos repuestos para maquinaria KOMATSU a precios competitivos.

NOMBRE: PEDRO BORJA

EMPRESA: CEDEMIN (GRUPO BUENA AVENTURA)

CARGO: JEFE DE COMPRAS

ENTREVISTA A EMPRESA HUB BAY

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vinculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.-¿ En que tipo de Empresa labora?

- Construcción (Obras)

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años , lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Como es de conocimiento de todos, la minería esta creciendo en el país al igual que la construcción, en nuestro caso a comparación del los últimos dos años hemos crecido un 20 % lo que nos ha obligado a adquirir mas maquinas propias y de contratistas.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

Buscamos seriedad en la empresa, la trayectoria y con quienes trabaja es importante y precios competitivos

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

No es un factor que hemos considerado

5.- ¿Cree Ud que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

El equipo de ventas esta compuesto por gente calificada que tienen conocimiento de los repuestos ya que muchas veces mandamos referencias como fotos o físico y nos han sabido sacar el numero de parte del repuesto para atendernos, manejan los manuales correctamente

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Compramos repuestos en marcas originales, Caterpillar, Komatsu y Volvo

7.- ¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Las veces que hemos comprado en omega si nos han atendido nuestros requerimientos al total

8.- ¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

KOMATSU, FERREYROS Y VOLVO

9.- ¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

Política de la empresa.

NOMBRE: ROBERTO CARLOS DEL PRADO

EMPRESA: HUB BAY

CARGO: DEPARTAMENTO DE LOGISTICA

ENTREVISTA A EMPRESA CORAM CONSTRUCCION E INGENIERIA

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vinculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- ¿En que tipo de Empresa labora?

- Construcción (Obras)

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

El rubro de la construcción ha crecido en los últimos años y tenemos proyecciones de crecer en los próximos años. El numero de maquinas de la empresa se ha incrementado así como la adquisición de los repuestos para las mismas

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

Buscamos una empresa que tenga años en el mercado así como los precios es un factor a considerar, es importante para nosotros que los precios se han competitivos.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Si es importante, nosotros contamos con personal que realiza los mantenimientos de nuestras maquinas pero el hecho que la empresa tenga staff mecánico nos ayuda para nuestras consultas al momento de querer adquirir repuestos

5.-¿ Cree Ud que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

La atención es buena, las consultas que se han realizado han sido resueltas y satisfechas por lo que considero que el personal recibe capacitación.

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Compramos repuestos Caterpillar y alternativos americanos.

7.- Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Casi siempre hemos encontrado lo que necesitamos, las veces que no tuvimos que ir a otra empresa.

8.-¿ A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

FERREYROS, PERU TRACTOR, REDIRED.

9.- ¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

Precio, disponibilidad del repuesto

NOMBRE: MARCO CARRION

EMPRESA: CORAM CONSTRUCCION E INGENIERIA

CARGO: SUBGERENTE DE OBRA

ENTREVISTA A EMPRESA COIMBRA CONTRATISTAS GENERALES

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vinculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.-¿ En que tipo de Empresa labora?

a) Construcción (Obras)

2.- ¿Piensa Ud que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años , lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

El sector construcción ha aumentado, las obras públicas como privadas han aumentado en los últimos años.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

La capacidad crediticia que nos brindan, los precios y la calidad de los repuestos.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Tecnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

No, nosotros nos enfocamos en otros factores ya mencionados

5.- ¿Cree Ud que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Considero que el personal es calificado.

6.-¿ Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Compramos tanto repuestos originales como alternativos.

7.- ¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Algunos repuestos de maquinaria moderna no tenían en stock.

8.- ¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

FERREYROS, PERU TRACTOR, KOMATSU, Otras empresas

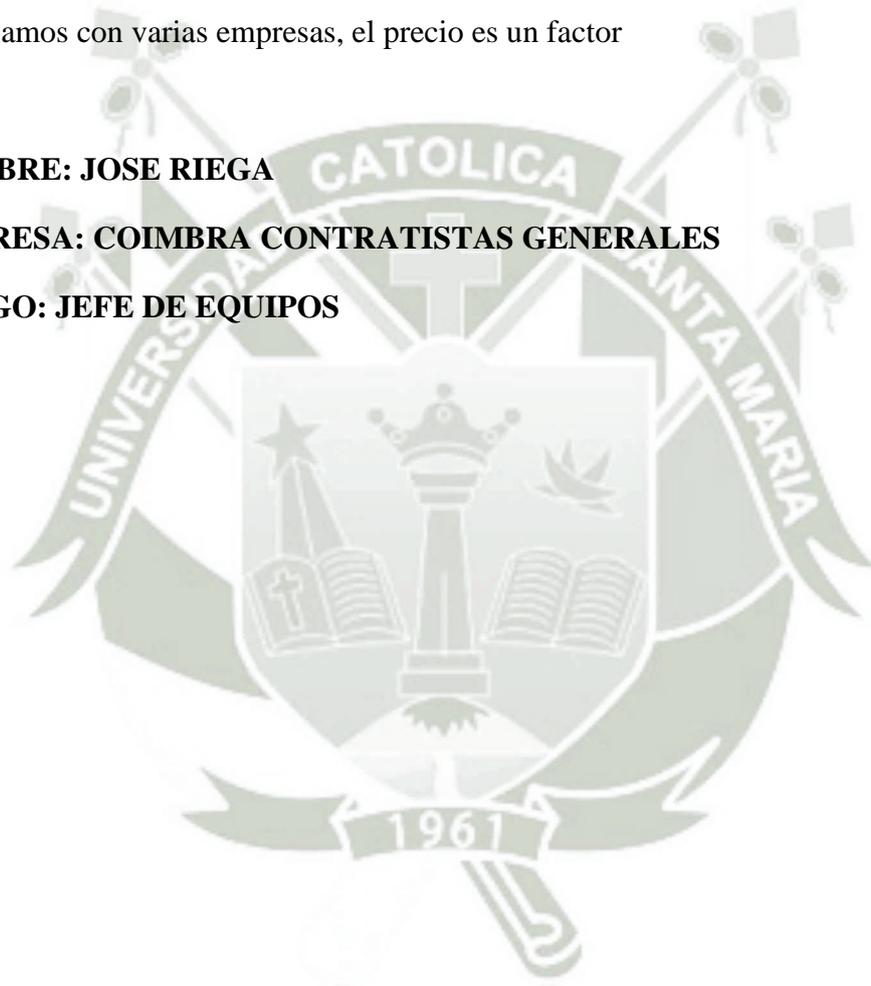
9.- ¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

Trabajamos con varias empresas, el precio es un factor

NOMBRE: JOSE RIEGA

EMPRESA: COIMBRA CONTRATISTAS GENERALES

CARGO: JEFE DE EQUIPOS



ENTREVISTA A EMPRESA MARQUISA SAC

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vinculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.-¿ En que tipo de Empresa labora?

a) Construcción (Obras) (X)

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

El sector construcción viene pasando un buen momento, las obras del estado han aumentado, construcción de vías, parchado de pistas, et casi mismo las obras publicas vienen alza.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

La confianza, la relación que tenemos con la empresa, la capacidad crediticia que nos brindan así como la calidad de los repuestos que nos brindan.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Si es importante ya que en la empresa encontramos todo el pull desde la venta de repuestos, la reparación y el alquiler de la misma en caso que necesitamos tercer izar

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

El personal a parte de la amabilidad y la confianza que se les tiene, son capacitadas por el conocimiento que tienen de los repuestos y el manejo de su sistema

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Compramos ambos tipos de repuestos pero mas originales.

7.- ¿ Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Si han satisfecho nuestros requerimientos y las veces que no tenían en stock se hizo el pedido y se espero a que llegue lo solicitado.

8.-¿ A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

FERREYROS

9.- En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)

Requerimiento urgente del repuesto

NOMBRE: NICOLAS CORNEJO

EMPRESA: MARQUISA SAC

CARGO: ENCARGADO DE COMPRAS

ENTREVISTA A EMPRESA M y C

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vinculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- ¿En qué tipo de Empresa labora?

Construcción (Obras)

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Las obras en la región sur y en el Perú en general están pasando por un boom por lo que la adquisición de maquinas a aumentado y esto se refleja en el mayor volumen de compra de repuestos.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

La calidad de sus repuestos, la atención rápida a nuestro personal , la capacidad crediticia

4.-¿ Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Si es importante, nosotros llevamos nuestras maquinas a sus talleres por lo que no nos preocupamos de nada, ellos mismos nos proporcionan los repuestos y la mano de obra

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

La atención es buena y rápida, el personal es calificado, el uso de manuales y el SIS hacen la diferencia

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Compramos repuestos originales y alternativos depende de la funcionalidad, tratamos de reducir costos.

7.- ¿ Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Si la mayoría de repuestos

8.- ¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

FERREYROS,

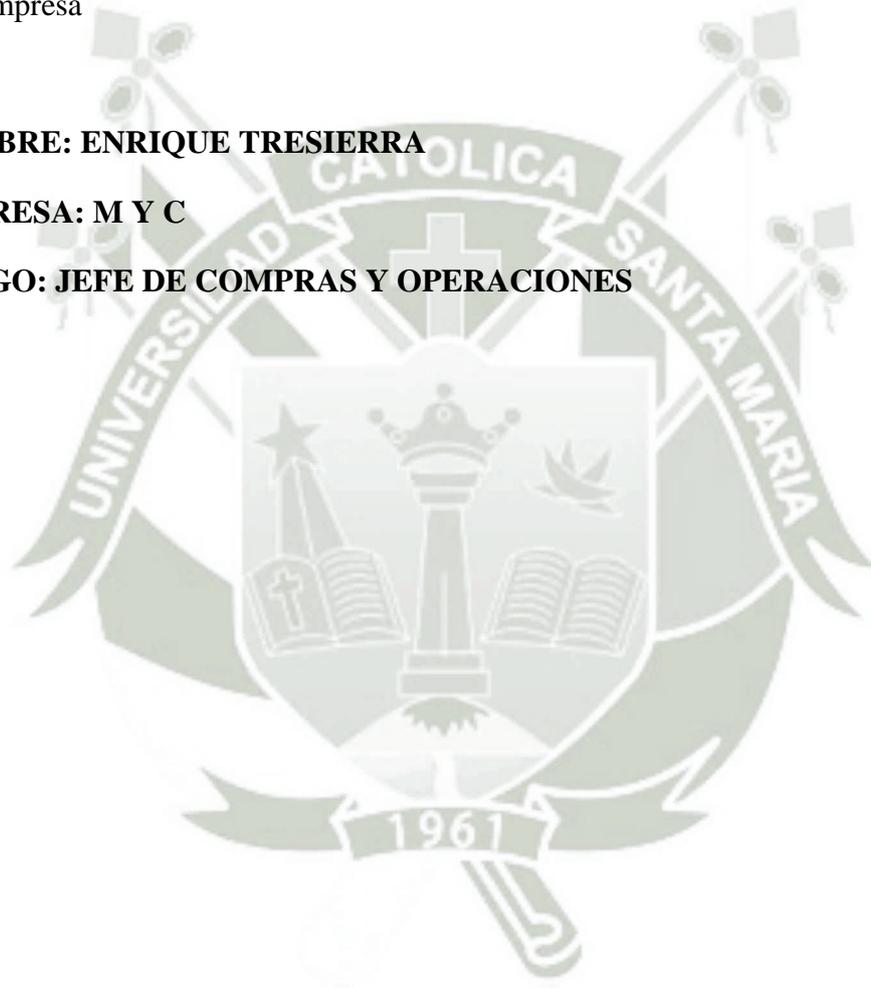
9.-¿ En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

Tratamos de no comprar a FERREYROS pero hay repuestos exclusivos que solo tienen esta empresa

NOMBRE: ENRIQUE TRESIERRA

EMPRESA: M Y C

CARGO: JEFE DE COMPRAS Y OPERACIONES



ENTREVISTA A EMPRESA CONSTRUCTORA MALA HNOS S.A.C

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vinculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- ¿En que tipo de Empresa labora?

a) Construcción (Obras) (X)

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

El sector construcción como el minero vienen teniendo un auge considerable, eso se refleja en las obras que se vienen realizando y en el requerimiento de mas maquinaria y mano de obra.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

Empresa seria, con experiencia en el rubro, precios competitivos

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Es un factor a considerar

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

El personal de omega es bueno pero seria bueno contar con una persona mas para acelerar aun mas la atención.

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Compramos repuestos originales en las diferentes marcas de maquinaria

7.- ¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Si

8.-¿ A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

FERREYROS, KOMATSU, VOLVO, JHON DEERE, Otras

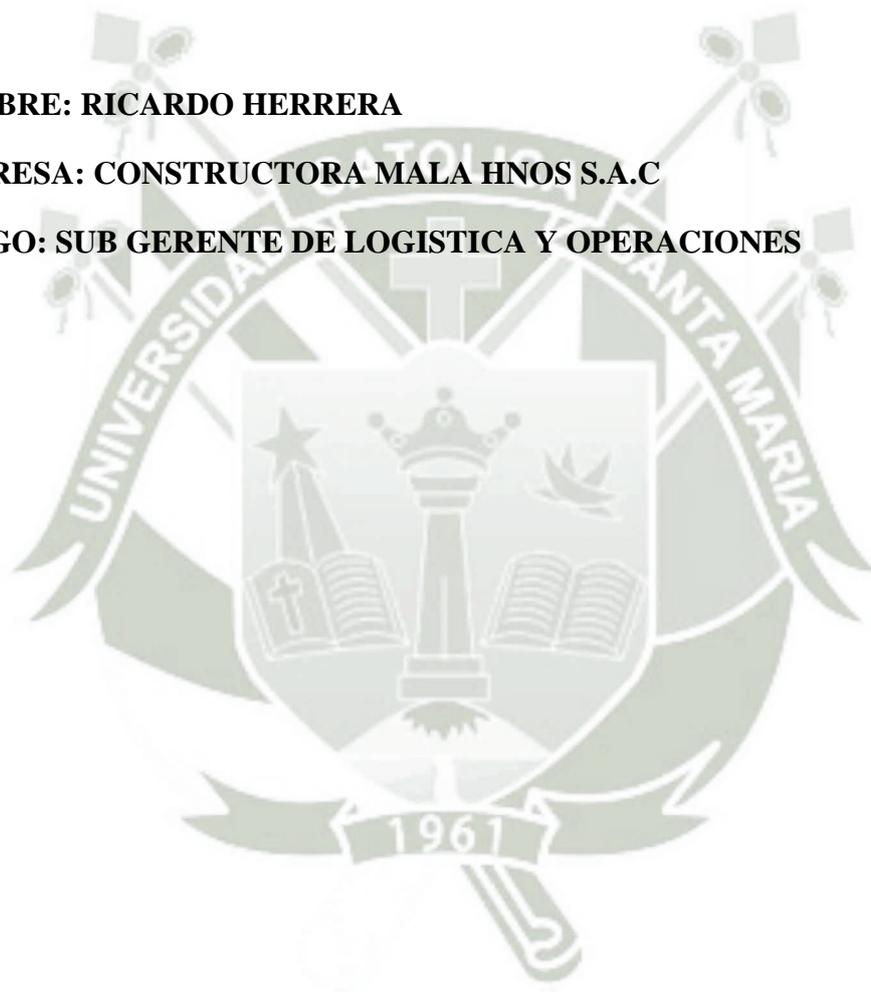
9.- ¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

Trabajamos con varias empresas.

NOMBRE: RICARDO HERRERA

EMPRESA: CONSTRUCTORA MALA HNOS S.A.C

CARGO: SUB GERENTE DE LOGISTICA Y OPERACIONES



ENTREVISTA A EMPRESA CONSTRUCTORES LUZ UNION SRL

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vinculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- ¿En que tipo de Empresa labora?

- Construcción (Obras)

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

El sector en el que estamos viene creciendo en los últimos años, particularmente nuestra empresa a expandido sus operaciones por lo que la adquisición de maquinaria a aumentado .

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

Buscamos precios competitivos y repuestos de calidad.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Si es importante, por el asesoramiento que podemos recibir.

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

La atención es correcta y rápida por lo que asumo que existe una preparación adecuada en su personal

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Adquirimos repuestos originales y alternativos.

7.- ¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Si

8.-¿ A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

FERREYROS, PERU TRACTOR, REDIRED, otras

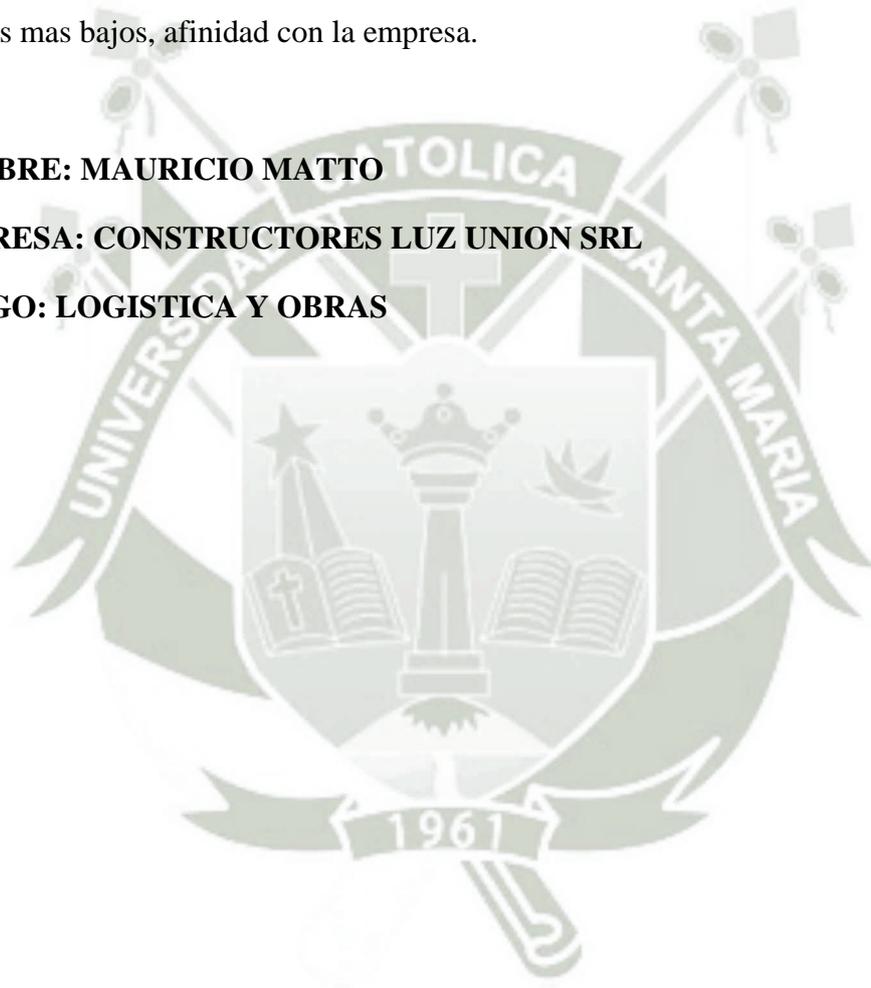
9.- ¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

Precios mas bajos, afinidad con la empresa.

NOMBRE: MAURICIO MATTO

EMPRESA: CONSTRUCTORES LUZ UNION SRL

CARGO: LOGISTICA Y OBRAS



ENTREVISTA A EMPRESA SUPERMIX

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vinculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- ¿En que tipo de Empresa labora?

- Construcción (Obras)

2.-¿ Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Como es sabido el sector construcción viene en un auge a nivel departamental como a nivel nacional, nuestra producción a aumentado por lo que la cantidad de horas de trabajo de maquinas a aumentado por ende su desgaste además se ha adquirido algunas maquinas.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

Empresa seria, de trayectoria con precios cómodos y que nos brinden crédito.

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Si es un factor que consideramos, nos es importante tanto por el asesoramiento como el servicio mecánico que nos brindan en campo.

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Si, el personal se encuentra preparado, brindan información correcta, la amabilidad es un punto a considerar así como la rapidez de atención.

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Adquirimos repuestos originales de acuerdo a la política de la empresa

7.- ¿ Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Si

8.- ¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

FERREYROS

9.- En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)

Tenemos maquinaria que esta en garantía por FERREYROS

NOMBRE: ENRIQUE TISOCC

EMPRESA: SUPERMIX

CARGO: LOGISTICA

ENTREVISTA A EMPRESA IBERICO INGENIERIA Y CONSTRUCCION

Buenos días (Tardes – Noches) Soy Bachiller de la Universidad Católica de Santa María, del programa profesional de Administración de Empresas y estoy realizando un estudio acerca de la posición en el mercado de OMEGA TRACTORS para lo cual requiero que me responda algunas preguntas acerca de su vinculo con de cliente con la empresa OMEGA TRACTORS.

1.- ¿En que tipo de Empresa labora?

- Construcción (Obras)

2.- ¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

En el sector Sur se ve este crecimiento, particularmente me he visto favorecido por las obras que se vienen realizando en la zona de la sierra del país por lo que me he visto a aumentar la cantidad de maquinaria.

3.- ¿Cuales son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

Busco una empresa con experiencia que me brinde asesoramiento y precios cómodos

4.- ¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Indudablemente es un factor importante, el asesoramiento es un factor que consideramos además nosotros traemos nuestras maquinas y omega se encarga de la reparación y de proporcionarnos los repuestos, no tengo que estar buscando mas de un proveedor.

5.- ¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

El personal brinda buena atención, el conocimiento de los repuestos es algo que debo resaltar.

6.- ¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Repuestos originales en su mayoría, pero también compramos repuestos alternativos cuando el costo en original es elevado

7.- ¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Si

8.- ¿ A qué Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

SOLO OMEGA TRACTORS

9.- ¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

NOMBRE: JOSE IBERICO

EMPRESA: IBERICO INGENIERIA Y CONSTRUCCION

CARGO: GERENTE PROPIETARIO

RESULTADOS OBTENIDOS DE LAS ENTREVISTAS A EMPRESAS DE TIPO CONTRATISTAS MINERAS

¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Todos coinciden en que en los últimos 3 a 5 años el sector minero a crecido en promedio se a sentido este crecimiento desde el año 2009 hasta el presente, lo que a conllevado a que el presupuesto para el mantenimiento de maquinaria incremento.

Según las entrevistas realizadas las empresas contratistas requieren mayor maquinaria para sus trabajos lo que provoca que sus maquinarias necesitan repuestos cada vez mas rápido y que su trabajo se a incrementado hasta en el doble.

¿Cuáles son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

La gran mayoría según la entrevista a los encargados de compras, logística y gerencia coincide que el factor más importante para la adquisición de repuestos de maquinaria pesada es el precio , ya que al ser empresas contratistas lo importante es la mayor productividad aminorar costos y mejorar la producción también se valora la calidad del repuesto pero siempre y cuando el precio sea acorde al presupuesto que tienen.

¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Las empresas contratistas manifestaron que el servicio postventa es un factor importante para la elección de proveedor de repuestos de maquinaria la mayoría manifestó que esto es un ahorro de tiempo y costo utilizar un servicio mecánico postventa ya que si bien algunas empresas cuentan con el personal para realizar mantenimiento esto es de manera no especializada sino de manera general, el servicio post venta es de gran ayuda en momentos de emergencia , por lo cual este tipo de empresas prefiere empresas que brinden este servicio .

¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Todas las empresas contratistas indicaron que no tienen mayor problema en cuanto a la información brindada por parte de personal de OMEGA TRACTORS coinciden en que siempre se requiere especialización en cuanto la capacitación de repuestos estos están interesados en saber características , especificaciones , usos , tiempo útil etc. sobre los

repuestos , el 80% manifestó que si se ofrece la información correcta pero se debe seguir capacitando en cuanto a nuevos repuestos que den alternativas a los consumidores.

¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Las empresas contratistas adquieren repuestos originales y repuestos alternativos el 60 % manifestó que prefiere repuestos originales por la garantía y durabilidad de estos mismos el otro 40% compra repuestos alternativos y originales señalando que depende del tipo de uso del repuesto , si es un repuesto con rápido desgaste y uso estándar se adquiere repuestos alternativo pero se requiere un repuesto importante así como motores que es fundamental para la maquinaria se adquiere productos originales .

¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Las empresas contratistas mineras coinciden en que si se encuentran los repuestos que requieren , se encuentran en un 85% , los repuestos que no se encuentran son mayormente originales que no se encuentran en stock , esto provoca que se realice pedidos o se busquen otros proveedores

¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

Los clientes adquieren productos en las principales distribuidores como :

FERREYROS 95%, KOMATSU 80% REDIRED SRL 40%, VOLVO 10%

¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

La decisión de compra se produce por varios factores que son:

- Empresas distribuidoras
- Empresas reconocidas en el mercado
- Empresas que brindan productos de calidad
- Cuentan con el stock requerido
- Son accesibles

RESULTADOS OBTENIDOS DE LAS ENTREVISTAS A EMPRESAS DE TIPO ALQUILER DE MAQUINARIA

¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

Las entrevistas realizadas a los encargados del área de compras, logística y propietarios coinciden en que el sector construcción civil a crecido en los últimos años ya que la inversión que se realiza para trabajos civiles incremento en la región sur del país este crecimiento desde es aprovechado y beneficia a las empresas de maquinaria pesada ya que tienen mayor demanda de trabajo , lo que a conllevado a que las maquinaria que poseen para alquilar se deprecien más rápido requiriendo mayor cantidad de repuestos .

¿Cuáles son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

A diferencia de las empresas contratistas las empresas de alquiler de maquinaria pesada tienen otra perspectiva de factores de compra de maquinaria según las entrevistas el factor mas importante y a tomar mayor consideración es la marca y calidad del producto esto quiere decir que lo que toman en cuenta es el tiempo de vida las características y la garantía.

Indicaron los entrevistados que el precio también es un factor a considerar sin embargo si el producto es necesario y lo requieren no escatimaran en pagar el precio, ya que los repuestos de mayor valor son los mejores según su punto de vista.

¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

Los entrevistados manifestaron que el servicio postventa es un factor a tomar en cuenta para la elección de proveedor de repuestos de maquinaria , pero se manifestó que esto si bien es una ayuda de tiempo y costo al utilizar aun servicio mecánico postventa prefieren utilizar su servicio propio de mantenimiento ya que al ser empresas de maquinaria pesada cuentan con la especialidad y el staff para realizar el mantenimiento inmediato o preventivo , el servicio post si bien las empresas de maquinaria lo ven como un respaldo no es tan relevante este servicio mas se enfocan en adquirir buenos repuestos.

¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Todas las empresas de maquinaria pesada indicaron que no tienen mayor problema en cuanto a la información brindada por parte de personal de OMEGA TRACTORS coinciden en que siempre se requiere especialización en cuanto la capacitación de

repuestos estos están interesados en saber características, especificaciones, usos, tiempo útil etc. sobre los repuestos, son clientes exigentes ya que conocen el rubro muy bien y el movimiento del mercado.

¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

Las empresas contratistas adquieren repuestos originales y repuestos alternativos , el 90 % manifestó que prefiere repuestos originales, son más exigentes en marcas al ser su prioridad la calidad del repuesto ya sea repuestos fundamentales para el funcionamiento como accesorios de menor importancia .

¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

Las empresas contratistas mineras coinciden en que si se encuentran los repuestos que requieren , se encuentran en un 75% , los repuestos que no se encuentran son mayormente originales que no se encuentran en stock , esto provoca que se realice pedidos o se busquen otros proveedores

¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el último año 2013?

Los clientes adquieren productos en las principales distribuidores como

FERREYROS 90%, KOMATSU 75% REDIRED SRL 40%, REPDAPARTS SRL 40%

¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

La decisión de compra se produce por varios factores que son:

- Empresas reconocidas en el mercado
- Empresas que brindan productos de calidad
- Cuentan con el stock requerido
- Son accesibles

RESULTADOS OBTENIDOS DE LAS ENTREVISTAS A EMPRESAS MINERAS

¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los encargados de tomar la decisión de compra en el rubro minero, todos son consientes que desde hace par de años el boom minero sigue en expansión y se proyecta que siga creciendo debido a los proyectos que están por realizar de esta manera la producción a crecido y por ende el requerimiento de maquinaria

¿Cuáles son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

De acuerdo a las entrevistas para este sector lo que mas influye al momento de contactar con un proveedor es la seriedad de la empresa, la trayectoria y la rapidez de atención.

¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

De acuerdo a las entrevistas, el servicio post venta no es un factor importante ya que las mineras tienen tercerizado este servicio por ferreyros, Komatsu es decir los dealers autorizados esto debido a que las maquinas son compradas en mencionados dealer y tienen una garantía además de tener convenio así mismo poseen personal mecánico que realizan trabajos de mantenimiento mas no de reparación.

¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Todos los entrevistados de este sector indicaron que el personal de ventas de omega tractors es apto y recibe una preparación adecuada.

¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

De acuerdo a la entrevista realizada en el sector minero compra repuestos originales, la mayoría usa maquinaria Caterpillar y los que usan otras marcas compran originales en los dealers autorizados.

¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

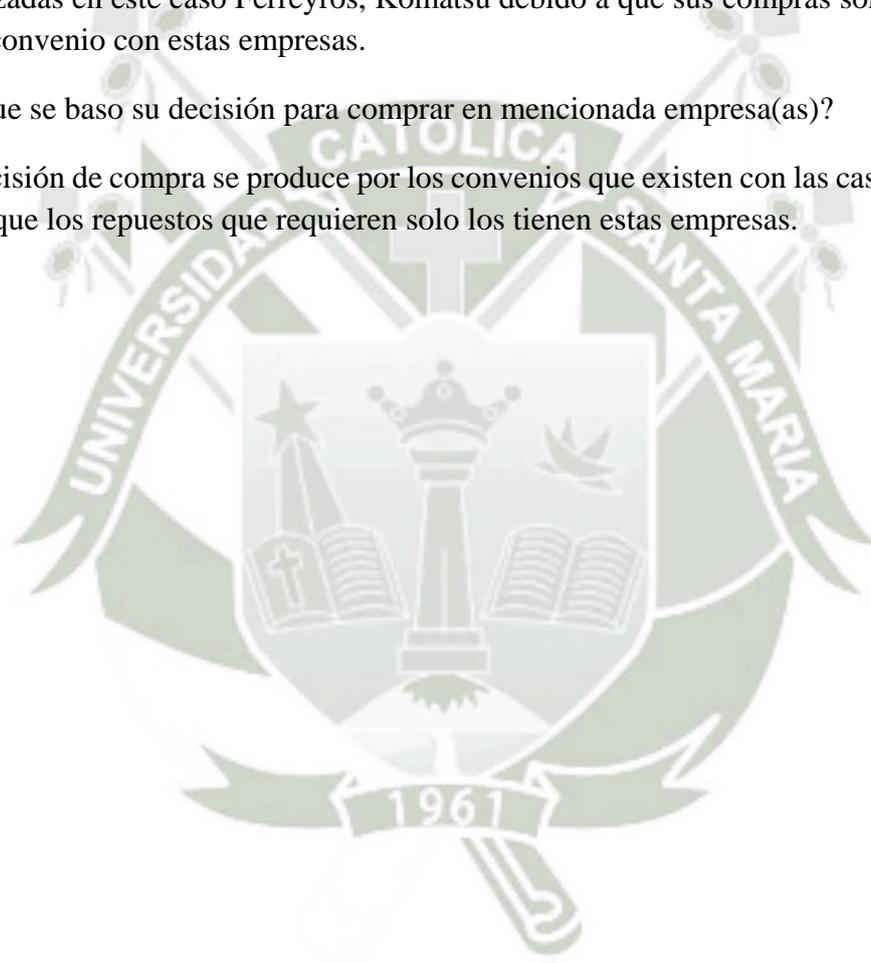
Las empresas mineras han encontrado lo que buscaban la mayoría de veces, al momento de requerir repuestos para maquinaria moderna es ahí donde a veces no se tenía en stock lo que lleva a que vayan a las casas autorizadas.

¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

De acuerdo a las entrevistas las empresas del sector minero compra mas a las casas autorizadas en este caso Ferreyros, Komatsu debido a que sus compras son en masa y se tiene convenio con estas empresas.

¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

La decisión de compra se produce por los convenios que existen con las casas autorizadas y por que los repuestos que requieren solo los tienen estas empresas.



RESULTADOS OBTENIDOS DE LAS ENTREVISTAS A EMPRESAS CONSTRUCTORAS

¿Piensa Ud. que el sector en el que se encuentra su empresa a crecido en los últimos años, lo que ha llevado a su empresa a adquirir mayor cantidad de repuestos para su Maquinaria?

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los encargados de tomar la decisión de compra en el rubro construcción, todos coinciden que en los últimos años su sector esta en alza debido a factores como el boom minero, las obras realizadas por el estado por lo que han tenido que adquirir mayor cantidad de maquinaria lo que conlleva a la compra de mayor volumen de repuestos.

¿Cuáles son los factores que toma en cuenta su Empresa al elegir a como Proveedor de Repuestos de Maquinaria Pesada a OMEGA TRACTORS?

De acuerdo a las entrevistas para este sector construcción es importante la trayectoria de la empresa, los precios es un factor que buscan ya que tienen que priorizar costos así mismo la calidad de los repuestos es importante ya que son maquinas propias y desean que dure el mayor tiempo posible.

¿Considera Ud. Que el servicio post venta que brinda OMEGA TRACTORS (Servicio Mecánico – Técnico) es importante al elegirlo como Proveedor de repuestos para Maquinaria?

De acuerdo a la entrevista en el sector construcción es dividida si es o no importante este factor ya que las empresas tienen personal mecánico a disposición o por tener maquinaria comprada por ferreteros el servicio lo realiza esta empresa el otro 50 % si considera importante este factor ya que contando con el pull se olvidan de estar buscando un proveedor que les brinde este servicio ya que omega les vende y utiliza los repuestos para al reparación teniendo una garantía para ello.

¿Cree Ud. que el personal de Ventas de la Empresa OMEGA TRACTORS se encuentra preparado o recibe especialización (conocimiento de los productos)?

Todos los entrevistados de este sector indicaron que el personal de ventas de omega tractors es gente preparada con conocimiento de las manuales y de los sistemas de consulta de repuestos lo que hace suponer que reciben capacitación

¿Al momento de adquirir repuestos para su Maquinaria compra Repuestos únicamente originales o compra también repuestos alternativos, que es lo que influye en esta decisión?

De acuerdo a la entrevista realizada en el sector construcción compra la mayoría de repuestos originales, los repuestos que son secundarios es decir que no tienen una

importancia considerable en la máquina los adquieren en alternativo para minimizar costos sin exponer a su maquina.

¿Al momento de adquirir repuestos, ha encontrado el repuesto de estaba buscando en la empresa OMEGA TRACTORS?

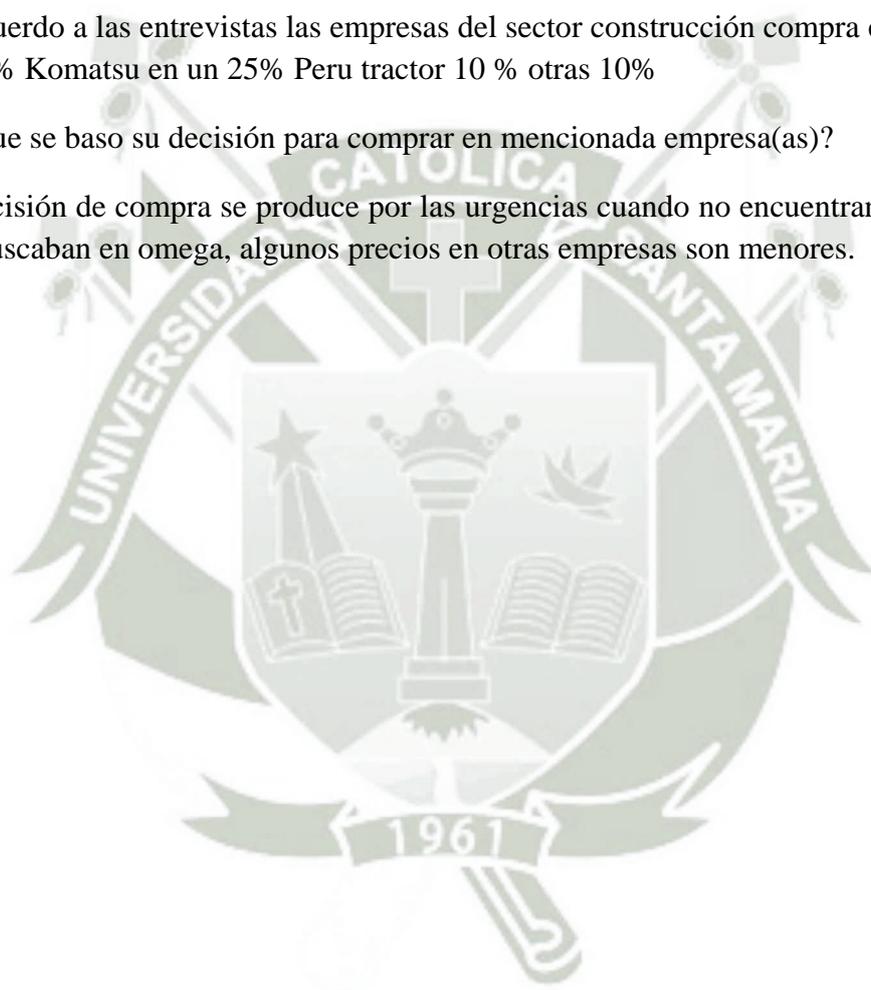
Las empresas del sector construcción han encontrado los repuestos que buscaban, en los casos remotos que no se encontró en stock esperaban que se hiciera el pedido esto por la confianza que omega les brinda y en casos de urgencia se iban a la competencia.

¿A que Empresas le ha comprado repuestos para su Maquinaria en el ultimo año 2013?

De acuerdo a las entrevistas las empresas del sector construcción compra en Fereyros en un 55% Komatsu en un 25% Peru tractor 10 % otras 10%

¿En que se baso su decisión para comprar en mencionada empresa(as)?

La decisión de compra se produce por las urgencias cuando no encuentran los repuestos que buscaban en omega, algunos precios en otras empresas son menores.



RESULTADO TOTAL DE ENTREVISTAS REALIZADAS

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los clientes de mayor rotación en la empresa y más significativos por la cantidad de compra que realizan los dividimos en cuatro sectores mas importantes para tener mayor conocimiento de lo que piensan ya que cada rubro busca diferentes cosas y su comportamiento es distinto semejándose algunos sectores, por lo que se llego a la siguiente conclusión:

Se está consciente que el país viene atravesando un crecimiento importante debido al crecimiento minero y de construcción lo que conlleva a la realización de mayor cantidad de obras es por eso que la adquisición de maquinarias ha aumentado considerablemente los últimos años y por ende el requerimiento de compras para el mantenimiento de sus maquinarias y cabe mencionar que este crecimiento también trae consigo el surgimiento de empresas que ven en este rubro una oportunidad de negocio.

Con referencia a los factores que los clientes buscan al momento de elegir a un proveedor de repuestos por encima de todo buscan una empresa de trayectoria, seria que tenga años en el mercado ya que se busca garantía en los productos que se solicitan, el precio es el segundo factor importante ya que se busca minimizar costos para obtener mayores ganancias y finalmente la calidad es el otro factor ya que de esto depende la vida de la maquina y por ende de la inversión que las empresas realizan.

El servicio post venta de reparación de maquinaria es importante ya que al momento de adquirir repuestos no siempre se tienen los números de parte de los repuestos por lo que necesitan una persona especializada que muchas veces no encuentran en las otras empresas de venta de repuestos que solo se dedican a vender mas no asesorar de tal manera es importante este factor ya que al cerrar el pull a parte de minimizar costos, se reduce el tiempo en buscar quien realice este servicio de la manera más adecuada, en omega se da garantía respectiva por sus productos y por el servicio dando mayor seguridad al cliente, cabe mencionar que las grandes empresas como las mineras y las constructoras este servicio lo tienen tercer izado por las casas autorizadas siendo para ellos este factor poco significativo.

Es importante tener en cuenta que las empresas tienen buen concepto del personal que trabaja en OMEGA TRACTORS ya que consideran que reciben una capacitación adecuada, gracias al manejo de manuales y de sistemas de consultas lo que no sucede en las casas autorizadas donde el personal de ventas solo vende mas no tienen conocimiento de lo que venden lo mismo ocurre con la competencia que son pocas empresas que tiene conocimiento sus vendedores de lo que están vendiendo, esto es importante por la rapidez de atención.

En lo referente a la compra de repuestos, de acuerdo a las entrevistas realizadas llegamos a la conclusión que la mayoría de empresas trabaja con la marca Caterpillar por ser una marca reconocida a nivel mundial y por la calidad de sus equipos representando en el mercado el 60% por lo que las empresas compran repuestos originales de esta marca en un 70 % siendo la marca alternativa mas comprada CTP en un 30% ya que son repuestos americanos de calidad de menor duración pero de precios mas económicos.

Los clientes al momento de realizar sus pedidos han encontrado en omega la mayoría de los repuestos solicitados, cuando no se ha encontrado en stock se debe a motivos como la modernidad de las maquinas o simplemente por la rareza, esos repuestos son comprados directamente en las casas autorizadas , son pocas las ocasiones en la que no se encontraba el repuesto por falta de stock en estos casos las empresas esperan a que se haga el pedido lo cual demora en promedio 7 días si se tiene que importar y de 1 a 2 días se se trae de lima.

Finalmente podemos decir que las empresas a las que mas compra los clientes es a FERREYROS por ser la única tienda autorizada Caterpillar, las otras casas tiene un volumen también importante de ventas como es KOMATSU, Volvo y en las empresas que se dedican al rubro de la venta de repuestos para maquinaria PERU TRACTOR Y REDIRED son la competencia mas cercana que tiene OMEGA TRACTORS, la decisión de compra en estas empresas de debe al precio principalmente o a la afinidad que se tenga con la empresa.

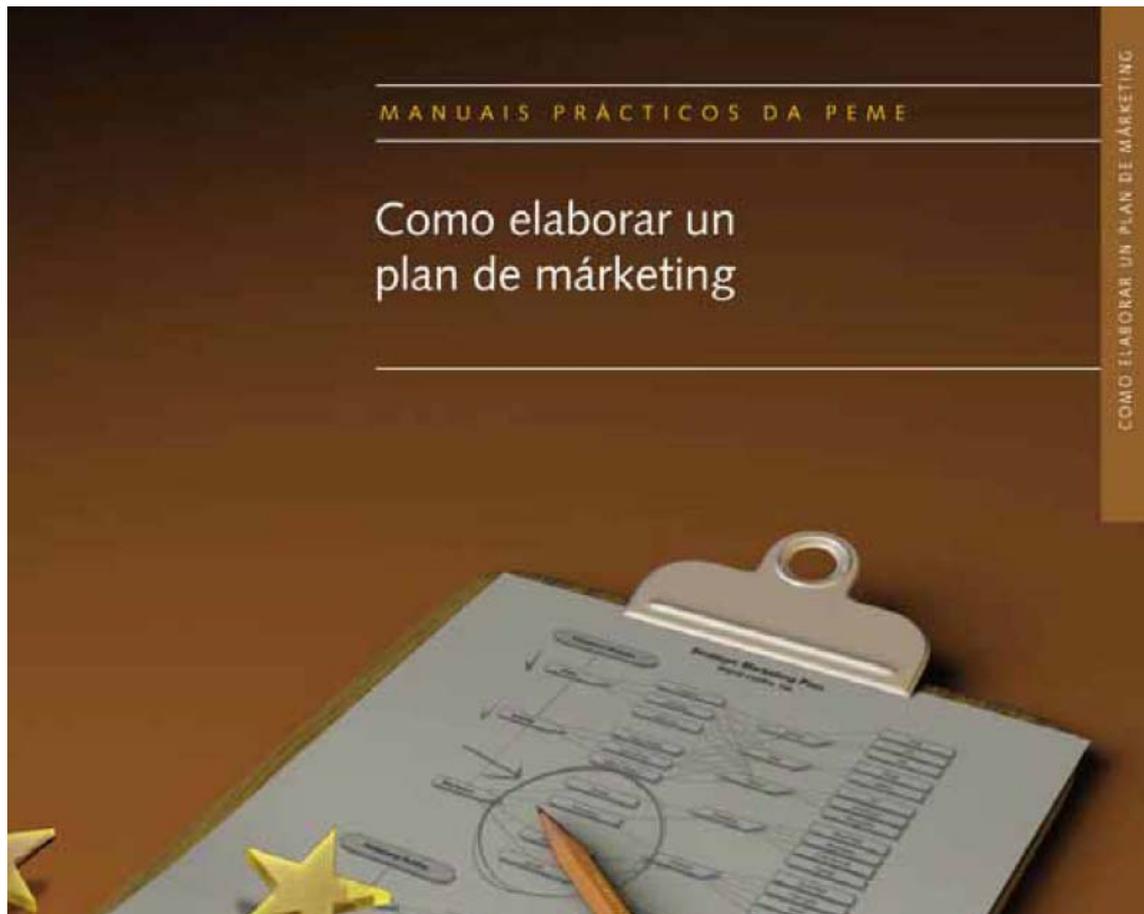
Debido al crecimiento del sector minero y construcción el mercado se ve atractivo para el surgimiento de nuevas empresas tanto de venta de repuestos como empresas que pueden ser clientes potenciales , estas empresas no nos conocen por lo que necesitamos

abarcar este nuevo mercado , OMEGA TRACTORS requiere ser mas conocida en el sector de venta de repuestos de maquinaria pesada

Finalmente podemos decir que OMEGA TRACTORS se encuentra en una etapa de alta tasa de crecimiento en la industria pero que su participación en el mercado no es significativa, con necesidades de efectivo importantes y sin mucha generación de caja .







1. INTRODUCCIÓN

1.1. Objetivos del presente manual

Muchos emprendedores y empresarios desconocen la importancia que el marketing tiene para el éxito de sus negocios. Sin embargo, se trata de una pieza esencial para las PYMES y los emprendedores que buscan la supervivencia y éxito de sus empresas. La guía se estructura en dos partes: Una primera de carácter teórico y una segunda de carácter práctico. Ambas se complementan para lograr una visión íntegra del marketing como concepto y como herramienta de trabajo en la gestión diaria de nuestra empresa.

La primera parte de este manual ofrece al usuario los conocimientos teóricos para comprender qué es un plan de marketing, su utilidad, importancia y su estructura.

En la segunda parte se desarrolla un plan de marketing paso a paso, lo que la convierte en un índice guiado para facilitar al usuario la elaboración de su propio plan.

1.2. La importancia del plan de marketing

El plan de marketing es la herramienta básica de gestión que toda empresa que quiera ser competitiva en el mercado debe utilizar.

En el marketing, como en cualquier actividad gerencial, la planificación constituye un factor clave para minimizar riesgos y evitar el desperdicio de recursos y esfuerzos.

En este sentido, el plan de marketing se torna imprescindible, ya que proporciona una visión clara de los objetivos que se quieren alcanzar y, a la vez, informa de la situación en la que se encuentra la empresa y el entorno en el que se enmarca. Esto permite definir las estrategias y acciones necesarias para su consecución en los plazos previstos.

Bic Galicia pone a tu disposición, a través de su campus virtual (<http://bicgalicia.es/campusvirtual>), una serie de cursos que te resultarán de gran ayuda para la elaboración de tu plan de marketing. De igual manera existen diversos organismos y entidades que organizan formación enmarcada en el área de marketing.

2.1.1. Definiciones y conceptos

El marketing ha sido definido por la American Marketing Association como "el proceso de planear y ejecutar la concepción, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales".

El marketing, por lo tanto, está interesado en estudiar los procesos de intercambio entre las partes implicadas (consumidores y empresas) y en facilitar los medios adecuados para que éstos se produzcan.

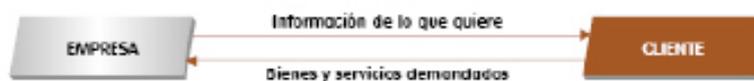
Como la propia definición indica, el término de marketing hace referencia a algo más que a vender productos y servicios. En este sentido, la venta es un proceso unidireccional cuyo objetivo es que el cliente demande lo que la empresa oferta. El marketing, por el contrario, se entiende como un proceso bidireccional, es decir, se trata de que la empresa ofrezca lo que el cliente desea.

Las figuras que a continuación se muestran expresan esta circunstancia de forma gráfica:

Venta:



Marketing:



Por tanto y con relación a lo comentado en el párrafo anterior, el marketing es una actividad a largo plazo que exige disponer de información sobre las necesidades y deseos de los clientes, pero sin olvidarse del entorno competitivo en el que opera la empresa.

El diseño y la ejecución de las estrategias se basan en las cuatro variables fundamentales del marketing (véase epígrafe 2.2.): el propio producto ofertado, el precio fijado para el mismo, el sistema de distribución empleado para que llegue al mercado y la promoción o comunicación de los méritos o beneficios del producto.

Por último, cabe apuntar que actualmente el marketing tiene una utilización generalizada y ya no sólo se aplica en la empresa para intercambios de tipo económico, sino también en actividades que no tienen un fin de lucro (fundamentalmente servicios e incluso ideas), lo que ha dado lugar al denominado marketing de instituciones no lucrativas, al marketing público y al marketing social. Pero, en cualquier caso, persigue que el intercambio de valores (económico o no) sea beneficioso para las partes implicadas en el proceso.

2.1.2. Las variables del marketing

Para diseñar estrategias de marketing, el emprendedor o empresario dispone de unos instrumentos básicos, que ha de combinar adecuadamente, con el fin de conseguir los objetivos deseados. Estos instrumentos del marketing pueden resumirse en las cuatro variables controlables del sistema comercial (las denominadas "4P"):

- Product: Producto
- Price: Precio
- Place: Distribución/ logística
- Promotion: Venta personal, marketing directo, publicidad, relaciones públicas y promoción de ventas.

Estos instrumentos se consideran "controlables" porque pueden modificarse. Sin embargo, las modificaciones sólo son posibles dentro de unos límites. Si los precios están regulados de alguna manera, no podrán alterarse con absoluta libertad. Las variaciones en las características de los productos (calidad, tamaño, prestaciones, color, etc.) suelen ser costosas de realizar. El sistema de distribución utilizado puede ser prácticamente imposible de cambiar. Por último, los métodos de promoción llevados a cabo (medios de comunicación, mensaje difundido, imagen, etc.) llegan a identificar a la empresa y habituar al mercado, por lo que cambiarlos resulta a veces muy difícil. Aún con estas limitaciones, toda acción de marketing debe apoyarse sobre estos cuatro instrumentos, como se muestra de forma resumida en la figura que aparece a continuación:



El producto y la distribución son instrumentos estratégicos a largo plazo, por cuanto no se pueden alterar de modo inmediato y su utilización debe ser convenientemente planificada. El precio y la promoción, en cambio, son instrumentos tácticos que, dentro de las limitaciones antes apuntadas, pueden modificarse con facilidad y rapidez.

Desde el punto de vista del consumidor, las 4P del marketing se convierten en las 4C siguientes:

- Producto: Valor para el Cliente
- Precio: Coste
- Distribución: Conveniencia, comodidad
- Promoción: Comunicación

A estos instrumentos clásicos del marketing se han añadido, desde la óptica del marketing de servicios, otras tres "P": People (personas), Processes (procesos) y Physical evidences (evidencias físicas). Se pasa, por tanto, de las 4P a las 7P. La prestación del servicio depende, por lo general, de personas. La interacción que se produce entre el suministrador del servicio y el cliente es básica para la satisfacción del usuario del servicio. El proceso de prestación de los servicios se efectúa ante el cliente y está menos estandarizado que el de producción de bienes, por lo que está sujeto a variaciones en la calidad y requiere un mayor control. Finalmente, al ser intangibles los servicios, cualquier evidencia física que acompañe a su prestación puede favorecer la percepción de su calidad.

2.4. Etapas del plan de marketing

Lo primero que debes tener en cuenta es que en un plan de marketing se distinguen fundamentalmente dos partes: el marketing estratégico y el marketing operativo.

A través del marketing estratégico se pretende definir la estrategia del negocio, teniendo siempre presente su filosofía empresarial, que a su vez se redefine y concreta en cada una de las actuaciones que la compañía pone en marcha.

Para ello, es fundamental conocer los factores internos y externos que pueden determinar esta estrategia. Deberás, por tanto, realizar un minucioso análisis de los recursos y capacidades de la empresa y tenerlos en mente en todo momento. Los factores externos a la organización, como el entorno, el público objetivo o la competencia, tienen a su vez gran importancia, por lo que también debes tenerlos presentes. Toda la información obtenida ayudará a minimizar el margen de error en la definición de objetivos.

El plan se elabora para desarrollar acciones estratégicas a largo plazo enfocadas a la consecución de estos objetivos y, aunque su estructura debe permanecer lo más invariable posible, al mismo tiempo debe ser flexible para permitir las modificaciones necesarias.

De este modo, el marketing estratégico sirve como guía para el marketing operativo, que es el encargado de poner en práctica las estrategias definidas.

En la fase de marketing operativo se definen las acciones necesarias para alcanzar los objetivos estratégicos definidos.

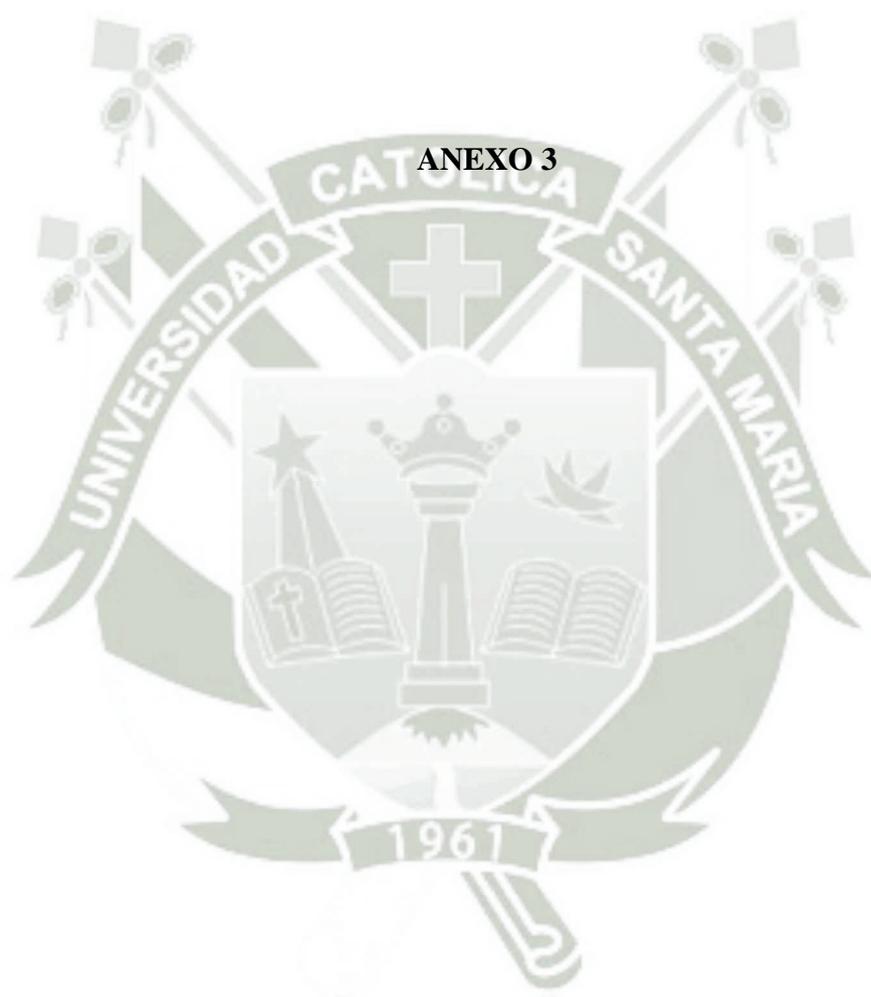
Todas las acciones que se realicen han de ser medidas siempre que sea posible, ya que así se podrá comprobar si el plan ha sido efectivo y corregir los posibles errores en el futuro.

En esta fase suelen aparecer ciertos errores, por lo que resulta habitual modificar las decisiones estratégicas para poder adaptar las acciones a las alteraciones que aparezcan en el mercado.

A modo de conclusión, se puede decir que el marketing estratégico es la base sobre la que se asientan las acciones concretas encaminadas a la consecución de los objetivos fijados. De este modo, el cambio de estrategia sólo se produce cuando el desarrollo de las actividades empresariales no se corresponde con lo previsto.



Antes de comenzar con la descripción de las distintas etapas que se llevan a cabo para la elaboración del plan de marketing debemos señalar que lo primero que debe aparecer es una presentación y un resumen ejecutivo. Es decir, aunque estos documentos no suponen una etapa en sí misma y se realizan al finalizar el plan de marketing, suele aparecer en primer lugar. La finalidad de este sumario o resumen ejecutivo es que, a partir de su lectura, se tenga una idea clara, concisa y breve del desarrollo del plan; por lo que su contenido debe justificar la realización del plan de marketing, indicando los datos más relevantes sobre el mismo: objetivos, estrategias y recursos necesarios, así como los principales resultados en términos de metas.





CAPÍTULO I

Marketing y Planificación

“La experiencia acumulada ha demostrado a Zyman (vicepresidente y director mundial de marketing de Coca Cola) que la verdadera fórmula secreta de Coca Cola y su éxito está en el puro marketing”.

*(Actualidad Económica,
1 de mayo de 1995, pág. 23)*

- 1.1. ¿Qué es marketing?
- 1.2. Papel del responsable de marketing en las organizaciones hoy.
- 1.3. Orientación al cliente si pero... mejor “orientación al mercado”.
- 1.4. ¿Merece la pena planificar?

Anexo 1: Síntomas de la falta de planificación de marketing.



En otras palabras, **marketing** es una orientación empresarial que reconoce que el éxito **de** una empresa es sostenible si se organiza para satisfacer las necesidades actuales y futuras **de** los clientes, consumidores o usuarios **de** forma más eficaz que sus competidores.

El **marketing** ayuda a que la pyme se oriente al cliente y trate **de** satisfacerle en aquello que realmente valora. Y no sólo eso, aquellas empresas que "crean el futuro" hacen algo más que satisfacer a los clientes: los asombran continuamente e interpretan entre lo que dicen y lo que desean.

La innovación le ayudará a **diferenciarse de la competencia**. Y se ha descubierto una curiosa relación entre la satisfacción generada por un producto o servicio innovador con las funcionalidades o utilidades **inesperadas** que ofrece:

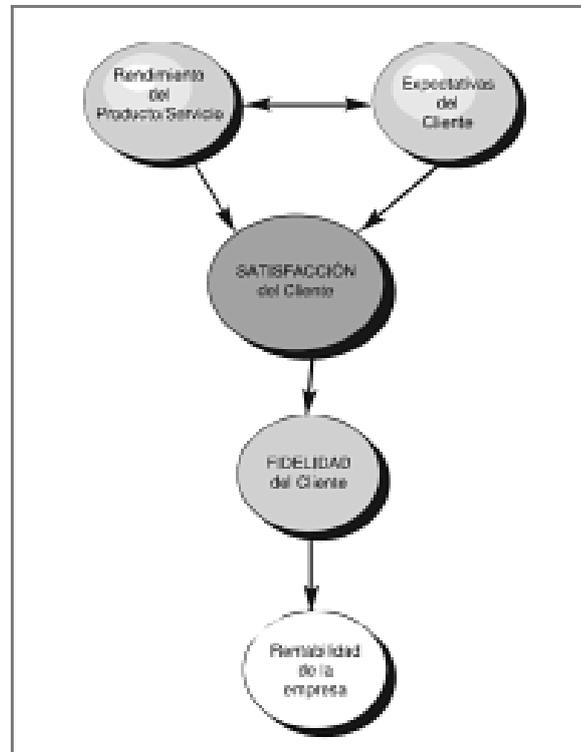
- El nivel mínimo **de** novedad se corresponde con un producto o servicio ya conocido que puede ser calificado como "estable pero aburrido".
- Al ir incrementando el grado **de** novedad, el producto o servicio va siendo **percibido** con un mayor grado **de** "frescura", hasta llegar al óptimo **de** "es justo lo que necesitaba".
- A partir **de** ese óptimo, la novedad comienza a tomar en la confusión **de** "esto me desborda", llegando en el peor **de** los casos a un producto o servicio que es **percibido** como absolutamente inútil.

Por ello, cuando la empresa utiliza adecuadamente el **marketing** y la innovación, la **diferenciación respecto a la competencia se hace en algo que realmente aporta valor al cliente**, convirtiéndose la suma **de** ambas (**marketing** + innovación) en **garantía de competitividad empresarial**. Ésta es la verdadera **aportación del marketing a la empresa**.

Ahora bien, aunque siempre se ha hecho énfasis en la satisfacción del cliente como función específica del **marketing**, éste no se debe quedar ahí, sino que debe buscar su fidelización. Tal como muestra el gráfico 1.1, la satisfacción es un estadio necesario pero no suficiente en el proceso **de** fidelización del cliente. Y esta fidelización es lo que ayudará a la pyme a obtener los objetivos **de** rentabilidad deseados. **De ahí que la aportación de la función de marketing a la empresa quede bien recogida en la siguiente frase:**

Marketing es un proceso responsable orientado a identificar, anticipar y satisfacer las necesidades del cliente, con la finalidad **de** fidelizarle, **de** forma que la empresa pueda obtener sus objetivos estratégicos.

GRÁFICO 1.1
**DE LA SATISFACCIÓN A LA RENTABILIDAD
PASANDO POR LA FIDELIDAD DEL CLIENTE**



Fuente: Bradley, P. (1995), p. 284

1.2. PAPEL DEL RESPONSABLE DE MARKETING EN LAS ORGANIZACIONES HOY

1.2.1. Impulsar la mentalidad de marketing

Una aportación importantísima que el responsable de la función de marketing³ debe hacer a su empresa es asegurarse de que, en la misma, prevalece la mentalidad de marketing sobre la mentalidad de pro-

ducción. El cuadro n° 1.1 presenta algunos ejemplos aclaratorios de las diferencias entre ambas orientaciones, a la hora de abordar idénticas problemáticas (primera columna del citado cuadro).

CUADRO N° 1.1
MENTALIDAD DE MARKETING VS. MENTALIDAD DE PRODUCCIÓN

Problemáticas	Mentalidad de Marketing	Mentalidad de Producción
Actitud hacia los clientes	Las necesidades del cliente determinan los planes empresariales.	Deben estar contentos de que existamos.
Producto	Se fabrica lo que puede venderse.	Se vende lo que se fabrica.
Papel del Marketing	Determinar las necesidades del cliente y cómo satisfacerlas (a priori).	Si se usa, determinar la reacción del cliente (a posteriori).
Interés en la innovación	Localizar nuevas oportunidades.	Tecnología y reducción de costes.
Publicidad	Beneficios que satisfagan las necesidades.	Riesgos del producto y calidad.

Como es sabido, existe un importante confusionismo sobre el papel del marketing en las organizaciones. Máxime cuando hemos podido leer que empresas que se han caracterizado por ser grandes usuarias del marketing han reducido, en los últimos tiempos, sus departamentos de marketing. Ante este fenómeno, la pregunta que cabe hacerse es ¿qué está pasando con esta función de dirección?, o lo que es lo mismo, ¿qué papel debe jugar hoy en día en la empresa?

Como el gráfico 1.2 ilustra, el marketing ha podido ser considerado como una función más, sin ningún papel especial en la orientación de la empresa al cliente (figura A). O, lo que es peor, ha podido interpretarse que era el centro neurálgico de la misma y que, en consecuencia, debía dominar a las otras funciones (figura B).

Sin embargo, hoy en día, las empresas tienen mucho más claro que no es la función de marketing la que debe dominar y controlar al resto, sino el cliente (figura C) y que marketing es esa función que, como hemos señalado anteriormente, tiene como misión entender al cliente y lograr que toda la empresa esté orientada hacia el mismo. De ahí su papel visagra entre el cliente y el resto de funciones de la misma (figura D).

más eficientes **de marketing** operativo. Se trata no sólo **de** seguir la marcha del mercado, sino **de** anticiparse también a las necesidades cambiantes del cliente y adecuar la oferta a sus expectativas.

Como pretende exponer el gráfico 1.3, el **marketing** presenta dos caras o vertientes tan complementarias como diferentes. **De** una parte nos encontramos con el denominado **marketing estratégico**, cuya actuación cubre el medio-largo plazo, y se orienta a satisfacer las necesidades (del cliente) que constituyen oportunidades económicas atractivas para la empresa. Podría asociarse con lo que es la mente **de** la empresa. Por otro lado el **marketing operativo**, más agresivo y visible por corresponderse con la acción **de** la gestión **de marketing** y opera en plazos **de** tiempo más cortos. Su eficacia, sin embargo, dependerá **de** la calidad **de** las elecciones estratégicas fijadas previamente. Viene a ser el brazo comercial **de** la empresa en su contribución al logro **de** objetivos.

Cascajares, MBN, Ulma Handling Systems, Danobat, Nutrexpa, Eroski, Pascual, Fagor, Swatch, Niessen, El Corte Inglés y Alfa son algunos ejemplos **de** empresas que están aplicando el **marketing** estratégico además del operativo.

Los fabricantes suizos **de** relojes vieron cómo el empeoramiento **de** la situación económica **de** principios **de** los ochenta produjo un instantáneo parón en las ventas **de** relojes **de** calidad, coincidiendo con la irrupción en el mercado **de** relojes baratos procedentes **de** Japón y Hong Kong. Tras analizar detenidamente lo que estaba sucediendo en el mercado y conocer **de** manera más precisa y objetiva cuáles eran las expectativas **de** los usuarios, estos fabricantes modificaron su estrategia **de marketing** para colmar una necesidad insatisfecha **de** los consumidores. Los relojes digitales orientales eran **de** bajo precio —lo que constituía su principal punto fuerte—, pero tenían una estética poco cuidada. Este punto débil ofrecía una gran oportunidad que no había que dejar escapar.

Para ello, su nueva estrategia **de marketing** consistiría en, además **de** continuar con la estrategia **de** penetración en el mercado mundial **de** relojes **de** lujo (producto con el que los suizos, con el 8% **de** los relojes **de** pulsera que se vendía en el mundo, copaban el 98% del mercado), iniciar una estrategia **de** desarrollo **de** nuevos productos aprovechando la buena imagen que siempre habían tenido los relojes suizos.

Como el presidente de Swatch declarara posteriormente, el éxito de esta experiencia consistió en que tuvieron la capacidad de detectar las necesidades latentes del mercado y pusieron a la venta algo que respondía perfectamente a dichas necesidades, aunque el público ni siquiera fue consciente de ello.

Podríamos concluir afirmando que la dimensión estratégica del marketing es más trascendente en cuanto que marca el rumbo, afianzándolo o cambiándolo (se ocupa de lo que hay que hacer). Mientras que su dimensión operativa es más cortoplacista ya que, sobre un rumbo ya trazado, trata de cumplir con los objetivos fijados (se preocupa de hacer bien lo que hay que hacer).

Por ello, el marketing estratégico es la esencia del plan de marketing estratégico (PME), mientras que el marketing operativo tiene mejor reflejo en el plan anual de marketing (PAM), aunque también se ocupe de él en menor medida.

GRÁFICO 1.3
MARKETING ESTRATÉGICO VERSUS MARKETING OPERATIVO



De ahí que, la dirección de marketing maneje dos herramientas básicas de planificación: el plan de marketing estratégico (a medio-largo plazo) y su concreción práctica en el plan anual de marketing (que se ocupa del marketing operativo). El primero conviene definirlo conjuntamente con los otros miembros del consejo de dirección de la empresa, mientras que el segundo puede ser elaborado en el seno del departamento de marketing sin el concurso del resto del equipo directivo.

Por ejemplo, en el plan de marketing estratégico (al que, en este libro, denominaremos plan de marketing "a secas" con el fin de no confundirlo con el plan estratégico) se adoptan decisiones estratégicas como la definición de la cartera de productos con los que vamos a contar, la estrategia de segmentación y posicionamiento que vamos a seguir y aquellos aspectos de las estrategias de productos, precios, distribución o de comunicación que son de gran trascendencia para la empresa como para que los aborde el departamento de marketing en solitario (como los expuestos a título de ejemplo en la segunda columna del cuadro nº 1.2).

Por su parte, en el plan anual de marketing se trata de concretar las directrices estratégicas anteriores decidiendo, ya en concreto, asuntos a poner en marcha en el próximo ejercicio como los citados a modo de ejemplo en la última columna del cuadro nº 1.2 (por ejemplo, la incorporación de determinados productos a nuestro catálogo o la contratación de una determinada agencia para que elabore una campaña de publicidad).

Los planes de marketing que expondremos en los diferentes capítulos de este libro, así como la explicación de cómo elaborarlos, son auténticos planes de marketing estratégico, aunque no nos refiramos a ellos de esta forma por la razón arriba expuesta. No obstante, el proceso de elaboración de un PAM es similar al que describiremos para el PME. Las diferencias más notables están en la naturaleza y alcance del mismo. En efecto:

- El análisis de la situación suele ser muy escueto dado que todavía sigue siendo válido el que se ha hecho en el PME o, en todo caso, pretende actualizar algunas tendencias y datos de evolución ya recogidos en el PME.
- El diagnóstico de la situación, excepto que la situación de partida haya cambiado radicalmente (en cuyo caso es necesario actualizar el PME antes de concretar el PAM), con pequeños matices sigue siendo válido por lo que, a lo sumo, se limitará a matizar el DAFO anterior.

CUADRO n° 1.2

**EL MARKETING MIX COMO ELEMENTO PUENTE ENTRE EL
MARKETING ESTRATÉGICO Y EL OPERATIVO**

Decisiones de Marketing Mix que	Marketing Estratégico (→ PME)	Marketing Operativo (→ PAM)
PRODUCTO	- Modificación de la gama.	- Eliminar algún producto. - Lanzar un producto nuevo.
	- Decisiones sobre marcas.	- Lanzamiento de una nueva marca.
	- Racionalización de productos.	- Eliminar modelos/referencias.
PRECIO	- Precios máximos. - Precios de penetración.	- Modificar los P.V.P. y la escala de descuentos.
	- Modificar condiciones de venta.	- Fijar los términos de la venta.
DISTRIBUCIÓN	- Tipo de distribución (intensiva, selectiva o exclusiva). - Estrategia multicanal.	- Entrar en la cadena x.
	- Mayor cobertura de distribución.	- Entrar en todos los puntos de venta de la cadena x.
FUERZA DE VENTAS	- Montar delegaciones con su correspondiente estructura comercial. - Modificar el sistema retributivo.	- Contratar un nuevo vendedor para la zona y. - Implantar la retribución variable en todos los comerciales.
	COMUNICACIÓN	- Decidir la estrategia de comunicación: Públicos-Objetivo (P.O.), medios y mensajes.
		- Decisión de cambio de Agencia.

- La primera etapa en la que realmente se empezará a aportar algo realmente nuevo será en la definición de los objetivos anuales de marketing. En este punto, a partir de los objetivos de marketing definidos en el PME para el siguiente trienio, se deberá hacer el



Caterpillar sube sus ganancias en 4,7% en el primer trimestre

Los resultados anunciados por la empresa fabricante de maquinaria pesada fueron bien acogidos por la Bolsa de Nueva York

f Me gusta 0

Twitter 1

g+ 0

in Compartir 3

Pin it

2



(Foto: Archivo El Comercio)

LEA TAMBIÉN...

Utilidades de Caterpillar totalizaron US\$1.000 millones

El fabricante de maquinaria pesada [Caterpillar](#) anunció hoy un **beneficio neto de US\$922 millones** durante el primer trimestre del año fiscal 2014, **un 4,7% más** que en el mismo período de hace un año



POLÍTICA

ECONOMÍA

OPINIÓN

LIMA

PERÚ

MUNDO

TECNO

CIENCIAS

El fabricante de maquinaria pesada [Caterpillar](#) anunció hoy un **beneficio neto de US\$922 millones** durante el primer trimestre del año fiscal 2014, **un 4,7% más** que en el mismo período de hace un año.

La facturación alcanzó **US\$13.241 millones**, ligeramente superior a los 13.210 millones de un año antes, y **los gastos bajaron también ligeramente, un 1,25%**, hasta los 11.843 millones, explicó la compañía en un comunicado.

El beneficio por acción alcanzó US\$1,44 dólares (incluyendo un cargo de US\$ 0,17 por reestructuración), respecto a los 1,31 del primer trimestre del año fiscal 2013.

Además, la firma con sede en Peoria (Illinois), **mantuvo sus previsiones de ventas en US\$56.000 millones para el conjunto de 2014** y aumentó las de beneficio por acción hasta US\$5,55, frente a los 5,30 previstos anteriormente, cifras que ya incluyen un ajuste de US\$0,55 por acción en costos de reestructuración.

Los resultados anunciados hoy fueron **superiores a los US\$1,21 por acción y 13.170 millones de facturación** anticipados por los analistas.

El consejero delegado y presidente de la compañía, [Doug Oberhelman](#), destacó la mejora de resultados a pesar de "las incertidumbre económica a nivel mundial y el declive continuado de nuestras ventas para la minería".

Los resultados **fueron bien acogidos por los mercados**, ya que las acciones de Caterpillar subían un 1,70 % en los primeros minutos de cotizaciones en la [Bolsa de Nueva York \(NYSE\)](#), donde se han revalorizado algo más de un 25 % en los últimos 12 meses.

Comercio



POLÍTICA

ECONOMÍA

OPINIÓN

LIMA

PERÚ

MUNDO

TECNO

CIENCIAS

Utilidades de Caterpillar totalizaron US\$1.000 millones

Reducción drástica en costos operativos, permitió que la compañía estadounidense logre este resultado en el cuarto trimestre

Me gusta

0

Twitter

1

g+1

0

Compartir

Pin it







GRUPO OMEGA TRACTOR'S

ventas@omegatractors.com
(054) 44-9964

[Inicio](#) [Nosotros](#) [Productos](#) [Servicios](#) [Maquinaria](#) [Galería](#) [Contacto](#)







Grupo Omega Tractor's - Servicios

Brindamos calidad en todo lo relacionado con mantenimiento de maquinaria para la industria.

Servicios

Ofrecemos servicios para la minería y la industria en general, hacemos mantenimiento de maquinaria, etc. En Grupo Omega Tractor's realizamos:

- **Reparación de maquinaria en general:**
 - Motores.
 - Transmisiones.
 - Sistemas hidráulicos.
 - Bombas hidráulicas.
 - Convertidores.
 - Mandos finales.
 - Turbos.
 - Diferenciales.
 - Coronas.
- **Servicios de mantenimiento y reparación en el campo y en nuestros talleres.**
- **Evaluación de equipos a máquina abierta o cerrada.**
- **Pintura en general:**
 - Todo tipo de equipos en general y mantenimiento industrial.
 - Con equipos de calibración para película seca y húmeda.
- **Maestranza:**
 - Torno.
 - Taladro.
 - Prensa horizontal y vertical.
 - Mandrinadora.
 - Fresadora.
 - Entre otros.
- **Soldaduras por procesos de:**
 - Arco sumergido.
 - MIG-MAG.
 - Eléctrica.
 - Autógena.



