

**UNIVERSIDAD DEL SURESTE**

6-8-2021

**MAESTRÍA EN  
ADMINISTRACIÓN**  
EVALUACIÓN DE PROYECTOS

DOCENTE

M.F.E. Marisela Ivette Robles Higuera

ALUMNA

Psic. Zulema Guadalupe Kanter Moreno

GRADO

Tercero Cuatrimestre

Comitán de Domínguez, Chiapas.

## **5.- EVALUACIÓN DE PROYECTOS**

### **5.1. Gerenciamiento del proyecto**

Es la aplicación de herramientas, técnicas y conocimientos para cumplir las actividades de este proyecto, esto se lograra bajo la aplicación e integración de los procesos de la dirección de proyectos, agrupados lógicamente en 5 grupos de procesos que son: 1. Inicio, 2. Planeación. 3. Ejecución, 4. Monitoreo y Control y 5. Cierre.

Al asumir la gerencia de este proyecto se deben tener en cuenta los diferentes aspectos tanto del proyecto como del gerente del proyecto, la identificación de requisitos de tiempo, costo y alcance son factores correlacionados que si alguno de estos es modificado los otros serán afectados, es decir si se retrasa el proyecto en tiempo muy seguramente los factores de costo y de alcances serán ampliados o disminuidos en la medida de la afectación, el gerente del proyecto deberá entonces ser un líder para asegurar que ninguno de los factores del triple constraint sean afectados, este deberá tener en cuenta las diferentes opiniones de los interesados en el proyecto y buscar los posible riesgos por los cuales puede pasar al ejecutar dicho plan.

### **5.2 Plan de ejecución**

La formulación del plan ejecución para la nueva Ferretería parte de la creación de la Misión, Visión, objetivos y Políticas de la empresa, seguido de la puesta en marcha del plan estratégico que se ha creado para ella una serie de estrategias que trataremos de seguir para poder poner en marcha la reestructuración de la ferretería.

Implementación de medios tecnológicos tanto para la publicidad del negocio como pueden ser páginas web, ventas por internet y también para la facturación de los productos, además de los inventarios para poder hacer un seguimiento más certero y eficaz.

Es indispensable comenzar a llevar un control contable de las ventas, gastos y toda la parte financiera del negocio para así llegar a saber cuánto suman los gastos y ganancias del almacén.

- Realizar un plan de marketing que resulte favorable para la ferretería.
- Buscar la posibilidad de ampliación de infraestructura del negocio para así abrir puertas a nuevas oportunidades de innovación de producto.
- Realizar capacitación de acuerdo a los cargos que cada colaborador de la ferretería desempeñe para así, motivarlos para realizar una excelente función del mismo y permitir el crecimiento de la misma.
- Escoger de una manera meticulosa el personal que laborara en la ferretería de acuerdo a los parámetros y capacidades que esta exija.

Propuesta de Valores:

Los valores por los cuales guiamos nuestras actividades diarias son:

- ✓ Respeto: Valoramos el trato respetuoso con nuestros colaboradores y hacia nuestros clientes.
- ✓ Honestidad: Manejaremos nuestro negocio con equidad, integridad y honradez.
- ✓ Responsabilidad: Reconocemos la capacidad de nuestros colaboradores para realizar las labores encomendadas de manera eficaz, responsable y oportuna.
- ✓ Competitividad: Buscar la mejora continua en nuestros productos para alcanzar la excelencia y así mantener la fidelidad de nuestros clientes.
- ✓ Servicio: Brindar el mejor servicio y atención para nuestros clientes y realizar un seguimiento en la venta de nuestros productos.

Objetivo general:

- 🚦 Nuestro objetivo general es satisfacer a nuestros consumidores brindándoles productos y servicio de calidad, logrando así distinguirnos entre los mejores negocios del sector.

### Objetivos Específicos:

- Alcanzar la fidelidad de nuestros clientes en un entorno laboral que permita un desarrollo eficiente.
- Ofrecer materiales con precios accesibles y económicos.
- Trabajar por la satisfacción de nuestros clientes.
- Respetar a nuestros colaboradores, clientes y a la sociedad en general.

### Plan Estratégico de Mercadeo:

El mercadeo es cada día más importante para cualquier tipo de organización, básicamente porque el ambiente es cada día más complicado por la feroz competencia, la constante del cambio en todos los escenarios, y la incertidumbre que se refleja en los mercados (clientes).

La mejor manera de competir es por medio de la innovación de la oferta, y el contacto directo y permanente con los clientes, logrando así una verdadera relación de confianza, y un mayor índice de fidelización o lealtad.

De acuerdo con el análisis realizado en la nueva Ferretería se proponen las siguientes estrategias que ayudarían a este negocio no solo a mantenerse en competencia sino que además ayudaría a que tenga un mayor crecimiento en el mercado.

- ✓ Implementar canales de distribución mediante pequeños comerciantes a través de la venta por catálogos.
- ✓ Ofrecer promociones en el aniversario de la ferretería, ofreciendo descuentos especiales en todos los productos del almacén.
- ✓ Crear la Página Web, con el objetivo de establecer una mayor fidelización y comunicación más directa con el cliente.
- ✓ Invertir en ampliación de la infraestructura de la ferretería y procesos de logística.

- ✓ Implementar el servicio de entrega a domicilio a fin de lograr una mayor preferencia de los clientes.

Realizar estudio de diferenciación de precio de los productos que ofrece la competencia, lo cual servirá de base para el establecimiento de precios y así obtener mayor preferencia de los clientes potenciales.

Plan de ejecución:

ESTRATEGIA	TACTICA	ACCIONES	INDICADOR	RESPONSABLE
Implementar canales de distribución mediante pequeños comerciantes a través de la venta por catálogos	Realizar publicidad	Entrega de volantes con los nuevos productos a ofrecer	Cantidad de personas que lleguen con el volante	Dueño del almacén
	Crear alianzas con otros comerciantes	Realizar publicidad voz a voz y a través de perifoneo en el sector	Cantidad de negocios con los que se realicen convenios o alianzas	Dueño del almacén
Ofrecer promociones en el aniversario de la ferretería, ofreciendo descuentos especiales en todos los productos del almacén.	Incentivos para la próxima compra.	Descuentos a clientes preferenciales	% de ventas por clientes fieles.	Dueño del almacén
		Entregar obsequios a clientes fidelizados	% de ventas realizadas por incentivos.	
	Estimular a los clientes antiguos para que atraigan nuevos potenciales.	Otorgar descuentos en próximas compras.	%cantidad de clientes nuevos atraídos por los antiguos.	Dueño del almacén
		Ofertas 2x1 en algunos productos.	% cantidad de ventas realizadas.	
Invertir en ampliación de la infraestructura de la ferretería y	Trabajar en el aumento de capacidad de servicio y logística del	Adecuación del local de la ferretería implementándolo como bodega	Correcta rotación de inventarios.	Dueño del almacén

procesos de logística.	almacén para cubrir la demanda del sector.	Compra o alquiler de vehículo o camión.	Nivel de servicio logístico.	Dueño del almacén
------------------------	--	---	------------------------------	-------------------

### 5.3 Evaluación de resultados

De acuerdo al cuadro se muestra que para este proyecto dependiendo de los conceptos a seguir, se obtiene una utilidad neta para el primer año de \$403,558.86 obteniendo una utilidad de grupo de un 15% de incremento anual, dando resultados positivos.

Estado de resultados proyectado a 5 años del proyecto de inversión de la nueva Ferretería en la colonia de Chichima Sabinal.

CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
( + ) VENTAS	\$2,825,329.70	\$2,966,596.19	\$3,114,926.00	\$3,270,672.30	\$3,434,205.91
(-) COSTO DE LO VENDIDO	\$1,965,108.26	\$2,063,363.67	\$2,166,531.85	\$2,274,858.45	\$2,388,601.37
( = ) UTILIDAD BRUTA	\$860,221.45	\$903,232.52	\$948,394.14	\$995,813.85	\$1,045,604.54
(-)GASTOS DE OPERACIÓN					
GASTO DE ADMÓN	\$92,640.00	\$97,272.00	\$102,135.60	\$107,242.38	\$112,604.50
GASTO DE VENTA	\$95,040.00	\$99,792.00	\$104,781.60	\$110,020.68	\$115,521.71
(=) UTILIDAD DE OPERACIÓN	\$672,541.45	\$706,168.52	\$741,476.94	\$778,550.79	\$817,478.33
( - ) DEPRECIACION	\$36,819.25	\$36,819.25	\$36,819.25	\$36,819.25	\$36,819.25
( = ) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$635,722.19	\$669,349.27	\$704,657.69	\$741,731.54	\$780,659.08
( - ) IMPUESTOS	\$101,715.55	\$107,095.88	\$112,745.23	\$118,677.05	\$124,905.45
( = ) UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$534,006.64	\$562,253.38	\$591,912.46	\$623,054.49	\$655,753.63

PAGO 12% INTERES	\$48,917.92	\$39,134.34	\$29,350.75	\$19,567.17	\$9,783.58
PAGO CAPITAL	\$81,529.87	\$81,529.87	\$81,529.87	\$81,529.87	\$81,529.87
PAGO ACUMULADO	\$130,447.79	\$120,664.20	\$110,880.62	\$101,097.03	\$91,313.45
CAPITAL (DEUDA)	\$326,119.46	\$244,589.60	\$163,059.73	\$81,529.87	\$0.00
(=) UTILIDAD NETA	\$403,558.86	\$441,589.18	\$481,031.84	\$521,957.46	\$564,440.18

