



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

NOMBRE DEL ALUMNO: WILLIAMS
GUTIÉRREZ DEMEZA **CARRERA:**

LIC. EN CONTADURÍA PÚBLICA

CUATRIMESTRE-GRUPO:

7°

PRODUCTO ACADÉMICO:

PLAN DE NEGOCIO

TEMA:

PROCESO DE RECLUTAMIENTO Y
SELECCIÓN

MATERIA:

PLAN DE NEGOCIO

CATEDRÁTICO:

MALAQÚIAS GARCÍA PÉREZ

INTRODUCCIÓN

En el siguiente análisis e investigación de una pequeña comercializadora, se describirá e incluso se realizará pequeñas propuestas para el mejoramiento y el crecimiento del establecimiento.

A si como, un análisis detallado de sus debilidades, fortalezas, oportunidades y sus amenazas.

Dando una descripción general y detallada del giro del negocio, así como su visión y su misión.

Ilustración 1

comercializadora tulija (plan de negocio)



Fuente: https://www.google.com.mx/maps/@16.9210661,-92.1048433,3a,75y,219.6h,78.87t/data=!3m6!1e1!3m4!1s6PIRgVNVro_rSGABDTLmlg!2e0!7i16384!8i8192?hl=es-419

Descripción de le empresa

Comercializadora tulija, (**ilustración 1**) abrió sus puertas al público y a albergues escolares hace 20 años como un proveedor de productos alimentarios, perecederos y no perecederos, así como abarrotes en general.

Esta pequeña comercializadora, tuvo sus inicios como una frutería, la cual brindaba ventas al por menor, años más tarde.

Surgió la oportunidad, de integrarse a un sorteo, para la cual participarían distintas comercializadoras para la entrega de productos a albergues de gobierno, la cual fueron elegidos 4 proveedores siendo uno de ellos, la comercializadora Lindavista.

En sus inicios, les otorgaron 3 albergues, de la cabecera del municipio de Ocosingo, Chiapas, con forme fueron transcurriendo los años obtuvieron experiencia y habilidades, para la entrega puntual y eficaz.

Llegando en el hoy en si a ser el único proveedor de alimentos de los 24 albergues escolares que conforman, Ocosingo Chiapas.

Descripción general del negocio

Comercializadora tulija, es una empresa que esta comprometida a la atención de clientes brindándoles, sus productos al mayoreo y menudeo.

A si como la entrega en tiempo y forma, de sus productos y con la seguridad que será en atención, servicio y producto una calidad.

Misión

Ser una empresa capacitada y organizada para la atención y la entrega inmediata de sus productos, así como su calidad.

Visión

Llegar a ser la mejor comercializara de productos de la zona, siendo la primera opción de sus consumidores.

Objetivos generales de la empresa

Transportar productos, que por su precio y calidad sean competitivos. Generar y mantener en toda la organización una cultura de servicio al cliente interno y externo con altos estándares de calidad.

Ser para los clientes una empresa responsable, brindándoles igual y respeto, poder crear un ambiente amable en el que sientan la confianza de preguntar y poder adquirir los productos.

Factores claves de éxito

El factor de éxito más remarcado es el compromiso que se tiene para la entrega de sus productos, en tiempo y forma.

La buena administración de sus horarios a si como el buen mantenimiento de sus equipos de trabajo.

Análisis FODA

ANÁLISIS FODA	
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Ubicación• Productos de marcas conocidas• Tienda reconocida• Herramientas de trabajos• Personal siempre disponible	<ul style="list-style-type: none">• La necesidad de los productos que los clientes por los productos.• Sin competencia en los alrededores• Ofrecer nuevos productos
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Falta de personal• Falta de Espacio de exhibición	<ul style="list-style-type: none">• Precio• Bloqueos• Asaltos

Mercadotecnia e imagen

Esta empresa se diferencia de las otras empresas gracias a los productos frescos y de buen precio para los clientes. Esta empresa te ofrece un buen trato de calidad a los clientes.

Investigación de mercado

La empresa se caracteriza por la apertura y entrega de productos en tiempo y forma, pero debido a los factores externos esto se puede tender a ser imposible.

Se realizará una entrevista a los, receptores de dichos productos para mejorar y no tener ese tipo de percances.

1. ¿Qué tanto le afecta que el proveedor se demora 20 o 30 minutos mas a la llegada de la entrega?
2. ¿an sido frecuentes las demoras?
3. ¿los productos que llegan an sido de calidad?
4. ¿la atención que le an dado ha sido de calidad?

Análisis de mercado

Comercializadora tulija, está abierto para todo el público en general, asi como mayoristas como minoristas.

Mercado potencial.

El mercado potencial es para todo el público en general.

Mercado meta.

para todo el público en general, asi como mayoristas.

Precio.

El precio al público como a mayoristas varia, asi como, el tipo de operación para el registro.

Si será facturado o no o será entregado en el lugar o a domicilio.

Políticas de precio

La política de precio de los productos se basa en la competencia y en los costos.

Estrategia de introducción al mercado

La manera que se introduce al mercado es con las publicaciones que se realizan en le Facebook.

Publicidad y promoción (realiza estrategias de publicidad y promoción quesugieras)

1. Ser mas consecutivos en las publicaciones de Facebook
2. Contratar medios de comunicación, como radio y tv
3. Realizar sorteos cada año, para todos los clientes frecuentes
4. Reparto de folletos.

Análisis del perfil de cargo

Para el perfil de cargo que necesita esta empresa se necesita:

Edad: 17-35

Aptitud: ser una persona activa, ser una persona positiva, con ganas de trabajar, con mucha idea para superar obstáculos.

Cualidad: ser bueno para las ventas, chofer, resistencia física

Experiencia: conocer de ventas y productos de consumo y/o de primera necesidad

Tareas a ejecutar: ventas, chofer, encargado de pedido, limpieza

Salario: \$1,000-2,000 semanal

Puesto	Nombre candidato	Monto ofrecido	Edad	Escolaridad
Ventas	Jocelin Gutiérrez DEMEZA	\$1,000	18	Preparatoria
Chofer	Williams Gutiérrez DEMEZA	\$2,000.00	25	preparatoria
encargado	Erik Gutiérrez DEMEZA	\$1,800.00	22	Preparatoria
Limpieza	Maira Gómez López	\$1,000	20	preparatoria

Captación de posibles candidatos (elegirás un tipo de reclutamiento y lo abordarás en qué consiste)

Se aborda al chofer de reparto.

El chofer reparto se encarga de, subir todos sus productos, a la unidad así como revisando cuidadosamente la orden de lista, como también, los lugares a donde llegara el producto, traza su ruta, lleva los productos a su lugar de llegada, descarga, y vuelve a encaminar su ruta a su siguiente punto.

Propuesta para administración de recurso.

Para la administración de recursos, la propuesta es llegar en tiempo y forma para que cada encargado de área, vea corrobore si esta en buen funcionamiento de sus instrumentos, para evitar demoras.

Definición de funciones y responsabilidades

División del trabajo: se elige división de trabajo ya que esta nos ayuda para tener en claro que cargos hay en la empresa y cuál es su función, así teniendo a cada empleado en un puesto y no en varios nos ayudará a tener un mejor resultado y una gran ventaja ya que cada uno estará encargado de su especialización, es decir de lo que sabe hacer.

DUEÑO

Caja

CHOFER

ENCARGADO

Limpieza

La labor es la atención y el manejo de efecto de la venta al pormenor

Se encarga del reparto así como la responsabilidad del vehículo.

Tiene la labor de realizar los pedidos de cada albergue escolar

Se encarga de mantener aseado el sitio de la empresa, así como los productos que se ofrecen

Conclusión

En la conclusión que llego al realizar esta pequeña investigación, es el arduo trabajo, que tiene dicha comercializadora, y la falta de personal, a si como las amenazas que contrae la obligación.

Como también, el esfuerzo físico como mental que puede llegar a tener un personal que trabajo en dicha comercializadora.

También concluyo que le hace falta mas publicidad y propaganda para que puedan llegar a cumplir si visión.

Bibliografía

maps, g. (s.f.). *google maps*. Recuperado el 10 de diciembre de 2021, de https://www.google.com.mx/maps/@16.9210661,-92.1048433,3a,75y,219.6h,78.87t/data=!3m6!1e1!3m4!1s6PIRgVNvro_rSGABDTLm!g!2e0!7i16384!8i8192?hl=es-419

MILENA, H. R. (2017). *ESTRATEGIAS Y PLANES PARA LA EMPRESA COMERCIALIZADORA*. Obtenido de <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/321/HernandezRojas-ClaudiaMilena-2018.pdf.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

Munch, L. A. (2021). *antologia plan de negocios. comitan: estudiantes*.