



# UNIVERSIDAD DEL SURESTE

**ACTIVIDAD:** PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO

**CUATRIMESTRE:** 7to

**LICENCIATURA:** CONTADURIA PUBLICA

**FECHA:** 11 DE DICIEMBRE DEL 2021

**ASESOR:** MALAQUIAS GARCIA

**ALUMNO:** ERICK YOBANI AGUILAR ALVARO

## INTRODUCCION

En este trabajo propondré un plan de negocio que me ayudara, para futuras mejoras en un negocio en marcha, identificando las, amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades y cómo podemos aprovechar para convertirlo en ventajas para la empresa.

a) Con tus propias palabras, menciona que entiendes por negocio y comenta donde y como consideras que haya surgido la idea de negocio (ejemplifica un ejemplo)

Se entiende como negocio a una actividad económica que realices con el fin de obtener ganancias principalmente a través de la venta o intercambio de productos o servicios que satisfagan las necesidades de los clientes.

Todo proyecto de una empresa se desarrolla en torno a una idea, que surge como consecuencia de la detección de una oportunidad de negocio. El surgimiento de la idea para crear una empresa varía en función de las circunstancias de cada persona.

Por ejemplo, durante la pandemia empezaron a surgir nuevos modelos de negocios como por ejemplo el ecommerce (comercio electrónico) que tuvo un crecimiento de +15% al compararlo al año anterior esto es un ejemplo de una idea de negocios.

b) A continuación, se mencionan unas palabras claves que nos servirán de pilares para la materia, crea tu propia definición de los conceptos y explica por medio de ejemplos sobre ello, trata de ser claro y preciso:

I. Valor al cliente

El cliente es el activo mas importante para la empresa, por ello siempre se tiene que satisfacer las necesidades del cliente para que regrese a la empresa.

II. Mercado potencial

Es una oportunidad de negocio latente, se le llama mercado potencial a aquel publico que consume tu producto, pero que tiene o pueden llegar a tener la necesidad de consumirlo

III. Oportunidad en el mercado

Es una situación favorable para una empresa las oportunidades de mercado son originadas por el mismo, es decir, se dan de manera natural, pero en ocasiones pueden ser generadas por una empresa o sector determinado.

IV. Grado de innovación

Se define como lo nuevo un ejemplo son los celulares la empresa Apple acaba de lanzar su nuevo producto se trata del iphone 13 pro

V. Viabilidad

Un ejemplo muy claro de viabilidad se daría si un científico quisiese realizar una investigación sobre el crecimiento de patas en la luna. Aunque técnicamente es posible viajar a la luna, existiría una barrera económica ya que es muy caro trasportar personas y objetos al satélite natural de la tierra, existiendo por tanto un problema de viabilidad.

VI. Rentabilidad

Un ejemplo si invertimos \$1,500.00 en un activo y luego lo vendemos a \$2,000.00 aplicando la formula  $(\$2,000.00 - \$1,500.00 / \$1,500.00) \times 100$ , podemos decir que la inversión nos dio una rentabilidad de 33.33%

c) Explica en no mas de 7 líneas sobre la evolución de los negocios en el país y el mundo (ver pagina 13 de la antología)

El marketing es un proceso social y de gestión a través del cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que

necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos con valor para otros

- d) ¿Cuál es el panorama actual en México de un plan de negocios? Menciona su clasificación (ver pagina 14 de la antología)

En los últimos años México ha venido colaborando e incentivando el emprendimiento nacional a través de programas que fomentan el desarrollo económico.

- e) Menciona el panorama internacional

Sin embargo, el crecimiento en tamaño y complejidad de las compañías ha significado que la adopción de una estructura burocrática ha terminado, en la mayor parte de las empresas públicas, por hacer declinar el papel aislado del emprendedor, el presidente o el director ejecutivo

- f) Identificar un negocio su ubicación dar una pequeña descripción sobre su orientación

Ilustración 1 ferretería y materiales para la construcción los los pacos



Es una empresa dedicada a la venta de materiales para la construcción, los clientes a los que va dirigidos son personas que se dedican a la construcción generalmente de 25 a 60 años de edad.

#### **F) Visión**

Ser un supermercado líder en la comercialización de productos de la mejor calidad y precios, logrando esto de la mano con los mejores proveedores de productos de ferretería y materiales de construcción. Con apoyo de un grupo humano que dé excelente atención al cliente, aporte ideas, alegre, positivo, que quieran el desarrollo social y económico de la empresa el propio, y el de la ciudad.

#### **G) Objetivos generales**

**Conocer** el nivel de satisfacción del cliente, respecto a la compra y consumo, de determinado producto, para determinar las áreas donde el cliente considera que no se cubre con sus expectativas del producto o servicio

#### **Objetivos específicos**

- Aplicar encuestas a los clientes o consumidores por un tiempo de 3 semanas.
- Llevar a cabo la valoración de las encuestas para ubicar las áreas que requieren mayor atención.
- Reunir las áreas que requieren una mejora y acordar las acciones a emprender, cambios a realizar, así como quien las llevara a cabo dentro de cada departamento y el tiempo que llevará aplicar dichas mejoras en las diferentes áreas, llevando a cabo un monitoreo para asegurar que se lleven a cabo de la forma correcta.
- Luego de cierto tiempo prudencial, realizar nuevamente las encuestas para conocer si las estrategias utilizadas, han tenido el impacto deseado.

#### **h) Factores claves del éxito**

##### **1. La actitud de los empleados**

- Sonrisa

- Amabilidad

## 2. Marca global

- Imagen (logo)
- Empleados capacitados

### i) Análisis FODA

<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ubicación geográfica</li> <li>➤ Bienes no perecederos</li> <li>➤ Buena organización</li> <li>➤ Calidad de producto</li> </ul>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Innovación de servicio</li> <li>➤ Ampliación de stock</li> <li>➤ Marketing</li> <li>➤ Socializar con clientes potenciales</li> </ul>
<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Escases de empleado</li> <li>➤ Falta de capacitación del empleado</li> <li>➤ Falta de capital</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Competencia</li> <li>➤ Clima</li> <li>➤ Conflicto social</li> <li>➤ Robo o asalto</li> </ul>

### j) mercadotecnia e imagen

Una de las formas con la que la empresa de ferretería se diferencia de la competencia es por el servicio que ofrecemos, con vendedores de mostrador altamente calificado, para ofrecer posibles soluciones a cualquier problema.

#### Propuesta de encuesta

- ¿Los empleados tienen conocimiento sobre los productos y su uso?
- ¿Los precios de los productos son adecuados?
- ¿Cuáles son las marcas que prefieres al adquirir nuestros productos?

**Población:** publico en general

k) **Investigación de mercado**

**Empresa:** ferretería y materiales para la construcción

**Determinar el problema:** Las ventas han bajado y he recibido muchas quejas de parte de clientes.

**Objetivos:** Determinar la satisfacción de los empleados y sus opiniones.

**Hipótesis:** Los clientes no están recibiendo la atención que se merecen y por eso han comenzado a no comprar en el negocio.

**Tipo de Investigación:** Cualitativa y Cuantitativa

**Técnicas y herramientas a utilizar:** Encuestas

**Tamaño de la muestra:** 100 Personas



**¿Qué tan satisfecho está con nuestros servicios**

**Atención al cliente**



**Producto**



**¿Cuánto tiempo tardan en entregarte tu material para la construcción?**

- 30 min.
- 1:00 Hrs.
- 1:30 Hrs.
- 2:00 Hrs. O mas



### **Conclusión:**

Los clientes se sienten insatisfechos por lo que es necesario tomar acciones que permitan su mejora, están satisfechos con los productos además de estar interesados en recibir ofertas y promociones.

### **m) mercado potencial**

**mercado potencial** serían todas las personas que viven en Chilón, Chiapas, que tienen 20-60 años, que pertenecen a la clase media y buscan opciones de mejores precios y buen servicio.

### **n) mercado meta**

**el mercado meta** es la parte del mercado que la empresa considera como la meta a ser alcanzada en un tiempo determinado. Un incremento en ventas de un 10 %.

### **p) política de precio**

**política de precios diferenciados.** El coste medio de los productos cambia bajo la influencia de los márgenes de beneficio y los descuentos. A cada segmento de consumidores se le ofrece un valor distinto para el producto.

### **q) estrategia de introducción al mercado**

Lanzar un nuevo producto o servicio

Este nuevo lanzamiento como si estuvieras reiniciando tu negocio. Entrevista a los clientes, realiza estudios de mercado, pronostica las ventas y los gastos, y asegúrate de que un nuevo producto sea viable para tu negocio

### **r) publicidad y promoción**

- **Implementar las tarjetas de ahorro donde ballan acumulando puntos para posteriormente canjearlos por productos.**
- **Promociones**
- **Publicidad en radio, periódicos, etc.**

## INTRODUCCION

En esta actividad trataremos el tema de proceso de reclutamiento y selección veremos que es la vía más clara para encontrar gente de calidad en una empresa identificando sus necesidades y comparándolas con el candidato adecuado, que se ajuste a la organización tanto en papel como en la práctica.

## ANALISIS DE PERFIL DE CARGO

**Para este perfil que necesita la empresa es:**

**Edad:** 23-27 años

**Experiencia laboral:** manejo de sistema, conocimiento básico de Excel, experiencia en ventas.

**Rango salarial:** \$3500.00 quincenal

**Tareas a ejecutar:** ventas y caja

PUESTO	NOMBRE DEL CANDIDATO	MONTO OFRECIDO	EDAD	ESCOLARIDAD
VENTAS	ANAHI GUADALUPE DIAZ ALFARO	\$3500.00	27	PREPARATORIA
CAJERO	JUAN JOSE GUIRAO MERLIN	\$3500.00	25	PREPARATORIA

En esta tabla podemos observar cómo se clasifican los puestos además de observar el nombre de la persona que cargo ocuparía, la edad con la que cuenta y el pago que recibiría quincenalmente.

## CAPACITACION DE POSIBLES CANDIDATOS

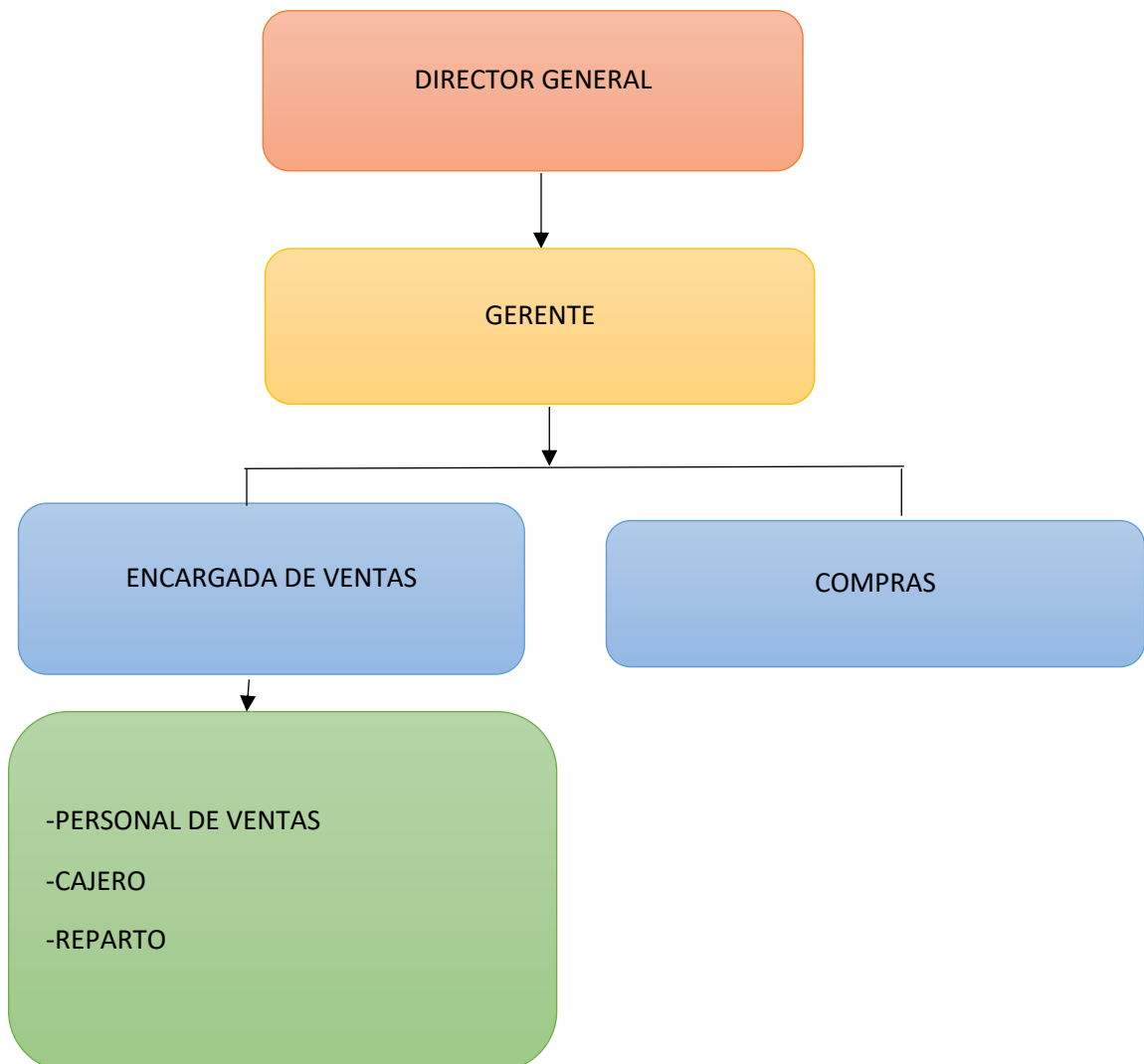
Por ejemplo, al elegir el reclutamiento de venta, ¿para qué nos sirve alguien en ventas?

Es la persona encargada de extender la cartera de clientes, dar un buen servicio, convencer al cliente en que compre los productos, recordemos que una empresa se basa en ventas por lo tanto tener a vendedores potenciales es una parte principal de una empresa.

## DEFINICION DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADEZ

Es la separación y delimitación de las actividades, por ejemplo, al elegir el cajero únicamente las responsabilidades serian llevar un control de los ingresos como de los egresos de efectivo, ya que el tema del dinero seria su responsabilidad dentro de la empresa por lo tanto el no se mesclaría en temas de ventas, por que para eso ya hay otra persona encargada o especializada en eso.

## ORGANIGRAMA



## CONCLUSION

Como conclusión podemos decir que El objetivo principal del proceso de selección de personal es garantizar un proceso de contratación organizado, transparente y justo que pueda ayudar al personal de recursos humanos a poner a las personas indicadas en las oficinas de la empresa.