

**FERREMAXi**

## ÍNDICE

INTRODUCCION .....	3
1.1. NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO.....	4
1.2. PROBLEMÁTICA .....	4
1.3. META: CÓMO NOS VEMOS A LARGO PLAZO COMO EMPRESA.....	5
1.4. OBJETIVO GENERAL .....	5
1.5. RECURSOS TECNOLÓGICOS Y MATERIALES.....	5
1.6. RECURSOS HUMANOS .....	6
1.7. RECURSOS FINANCIEROS .....	7
1.8. PRESUPUESTO GENERAL.....	7
1.9. TABLA DE AMORTIZACIONES .....	8
2.0. TIEMPO ESTIMADO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN.....	8
2.1. ANÁLISIS FODA .....	8
2.1.1. TÉCNICA PARA AMORTIGUAR UNA DEBILIDAD O AMENAZA IDENTIFICADA. ....	10
2.2. ORGANIGRAMA GENERAL .....	10
2.2.1. ORGANIGRAMA DE FUNCIONES .....	11
2.2.2. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES .....	11
2.3. RESUMEN EJECUTIVO .....	13
2.4. FICHA TÉCNICA .....	14
2.5. RESULTADOS.....	14
CONCLUSIÓN .....	15
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS.....	16

## **INTRODUCCION**

EL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO SE BASA EN LA CREACION DE UNA EMPRESA CON EL GIRO FERRETERO; TENIENDO COMO PRINCIPAL OBJETIVO, EL SATISFACER LAS NECESIDADES BASICAS EN EL RAMO DE LA COSTRUCCION Y DE INDOLES EN CARPINTERIA, FONTANERIA, HOJALTERIA COMO DE BALCONERIA, A LA POBLACION DE BACHAJON, DEL MUNICIPIO DE CHILON.

EL CONSTANTE CRECIMIENTO DE LA POBLACION DE BACHAJON, EN EL AMBITO DEMOGRAFICO Y DE MANERA ECONOMICA, HA GENERADO UNA COMPETENCIA EN DIFERENTES GIROS DE NEGOCIOS. IMPONIENDO DE ESTA MANERA CIERTOS NEGOCIOS QUE HAN FUNGIDO COMO MONOPOLIOS.

HABER REALIZADO UN ANALISIS DE LA IMPORTANCIA DE LA INCORPORACION DE OTRO NEGOCIO DEL GIRO FERRETERO A LA POBLACION, PERMITIRA AL CONSUMIDOR TENER UNA MEJOR MARGEN DE COMPETENCIA EN LOS PRECIOS DE ADQUISICION DE PRODUCTOS.

## 1.1. NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO

SE REALIZARÁ EL EMPREDIMIENTO DE LA UNA EMPRESA EN LA ESPECIALIZACIÓN DE VENTA DE PRODUCTOS FERRETEROS, QUE CONTARÁ CON UNA EXTENSA GAMA DE PRODUCTOS, TANTO ELÉCTRICOS, DE FONTANERÍA, ALBAÑILERÍA, Y DE CONSTRUCCIÓN.

EL CUAL SE EJECUTARÁ EN LA POBLACIÓN DE BACHAJON, PERTENECIENTE AL MUNICIPIO DE CHILON DEL ESTADO DE CHIAPAS.

TENIENDO CONTEMPLADO CON UNA POBLACIÓN DE 6677, DE LOS CUALES 3510 SON MUJERES Y 3167 SON HOMBRES.

EL NOMBRE ASIGANDO PARA ESTA EMPRESA SERÁ: **FERREMAXI**

## 1.2. PROBLEMÁTICA

LA POBLACIÓN DE BACHAJON DE MUNICIPIO DE CHILON, CHIAPAS. SU PRINCIPAL ACTIVIDAD ECONÓMICA, SE BASA EN LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ, UN SEGUNDO TERMINO SE HALLA EL COMERCIO.

UNA DE LAS POBLEMATICAS SUSCITADAS EN LA POBLACIÓN SE HALLA EN LA MONOPOLIZACIÓN DEL COMERCIO, TENIENDO DE ESTA MANERA CIERTOS NEGOCIOS LA IMPONENCIA DE SUS PRODUCTOS COMO DE SUS PRECIOS.

DE ESTA MANERA SE ELIGIO, EMPRENDER ESTE NEGOCIO, DEBIDO A QUE LA POBLACIÓN CUENTA CON TRES FERRETERÍAS, DE LAS CUALES SON:

- FERRETERÍA CENTRAL
- FERRETERÍA CASTILLO
- FERRETERÍA LA COOPERATIVA SAN SEBASTIAN

### **1.3. META: CÓMO NOS VEMOS A LARGO PLAZO COMO EMPRESA.**

LAS PRINCIPALES METAS DEL EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIO QUE BÁSICAMENTE SU GIRO ES FERRETERO TIENDE A SER LOS SIGUIENTES:

**CALIDAD EN LA ATENCIÓN DE CLIENTES:** SE BUSCARA BRINDAR UN SERVICIO DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN DEL CLIENTE, MEDIANTE LA PERSONALIZACIÓN, COMO DE LA EFICACIA EN LA GENERACIÓN DE SOLUCIONES.

**PRECIOS ACCESIBLES:** MEDIANTE LOS CONVENIOS GENERADOS CON LOS PROVEEDORES, SE ASIGNARA PRECIOS A LOS PRODUCTOS, QUE PERMITIRÁN AL CLIENTE ADQUIRIR LOS PRODUCTOS DE MEJOR PRECIO DE LA REGIÓN.

**ENVIOS A DOMICILIO:** PARA ENVIOS DE PRODUCTOS DE MANERA LOCAL, NO GENERARA NINGÚN COSTOS DE ENVIO, LOS COSTOS APLICARAN APARTIR DE LOS 15 KM DISTANTES A LA FERRETERÍA.

**INNOVACION DE PRODUCTOS:** SE PROCURARA INNOVAR PRODUCTOS PARA CONTAR CON LA ACTUALIZACIÓN NECESARIA QUE REQUIERA EL CLIENTE.

### **1.4. OBJETIVO GENERAL**

SE TIENE COMO OBJETIVO GENERAL, OTORGAR UN SERVICIO DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN DEL CLIENTE, SIEMPRE BUSCANDO LOS ESTÁNDARES MAS ALTOS EN LA INNOVACIÓN DE LOS PRODUCTOS COMO DE SIEMPRE MANTENER UN MARGEN DE PRECIOS TOTALMENTE ACCESIBLE.

### **1.5. RECURSOS TECNOLÓGICOS Y MATERIALES**

<b>NP</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIOS</b>	<b>3 MESES</b>
1	CAJA REGISTRADORA	1	2900	2900
2	MOSTRADOR DE PRODUCTOS	2	9700	9700

3	EXBIPANEL	8	9600	9600
4	GANCHOS P/EXBIPANEL	200	800	800
5	ESTANTES	5	6000	6000
6	MALLAS P/EXCIBIR	4	1200	1200
7	LOCAL	1	3000	3000
8	SILLA	2	400	400
9	MESA	1	150	150
10	PRODUCTOS	2850	75000	75000
			<b>TOTAL</b>	<b>\$108,750.00</b>

## 1.6. RECURSOS HUMANOS

<b>NOMBRE</b>	<b>PUESTO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>3 MESES</b>
LUIS MANUEL MENDEZ GOMEZ	GERENTE	3000	9000
ARMINDA PEREZ ESTRADA	ENCARGADA	3000	9000
EDITH MENDEZ HERNANDEZ	SUBORDINADA	2400	4800
KARINA JIMENEZ GOMEZ	VENDEDORA	2400	4800
		<b>TOTAL</b>	<b>\$27,600.00</b>

## 1.7. RECURSOS FINANCIEROS

INSTITUCION	MONTO	TASA DE INTERES MENSUAL	INTERES ANUAL	PLAZO
BBVA	\$136,350.00	2.7	33%	24 MESES

## 1.8. PRESUPUESTO GENERAL

INVERSION INDIVIDUAL 15 % \$20452.50

INVERSION SOLICITADO 85% \$115,897.50

### 1.9. TABLA DE AMORTIZACIONES

MONTO DEL CREDITO		0.027	TABLA DE AMORTIZACIONES			
TASA DE INTERES MENSUAL	27%		PERIODO O PAGO	INTERES	AMORTIZACIONES	SALDO
TASA DE INTERES ANUAL	33%		1	-\$3,681.45	-\$4,111.72	\$ 132,238.28
NO. DE PAGOS MENSUALES	24		2	-\$3,570.43	-\$4,222.74	\$ 128,015.54
PAGO MENSUAL	-\$7,793.17		3	-\$3,456.42	-\$4,336.75	\$ 123,678.80
			4	-\$3,339.33	-\$4,453.84	\$ 119,224.95
			5	-\$3,219.07	-\$4,574.10	\$ 114,650.86
			6	-\$3,095.57	-\$4,697.60	\$ 109,953.26
			7	-\$2,968.74	-\$4,824.43	\$ 105,128.83
			8	-\$2,838.48	-\$4,954.69	\$ 100,174.14
			9	-\$2,704.70	-\$5,088.47	\$ 95,085.67
			10	-\$2,567.31	-\$5,225.86	\$ 89,859.81
			11	-\$2,426.21	-\$5,366.95	\$ 84,492.86
			12	-\$2,281.31	-\$5,511.86	\$ 78,981.00
			13	-\$2,132.49	-\$5,660.68	\$ 73,320.32
			14	-\$1,979.65	-\$5,813.52	\$ 67,506.79
			15	-\$1,822.68	-\$5,970.49	\$ 61,536.31
			16	-\$1,661.48	-\$6,131.69	\$ 55,404.62
			17	-\$1,495.92	-\$6,297.24	\$ 49,107.37
			18	-\$1,325.90	-\$6,467.27	\$ 42,640.10
			19	-\$1,151.28	-\$6,641.89	\$ 35,998.22
			20	-\$971.95	-\$6,821.22	\$ 29,177.00
			21	-\$787.78	-\$7,005.39	\$ 22,171.61
			22	-\$598.63	-\$7,194.54	\$ 14,977.07
			23	-\$404.38	-\$7,388.79	\$ 7,588.29
			24	-\$204.88	-\$7,588.29	\$ 0.00
			INTERES DE PRESTAMO	-\$50,686.07	-\$136,350.00	PRESTAMO

### 2.0. TIEMPO ESTIMADO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN

EL TIEMPO ESTIMADO PARA LA RECUPERACION DEL CREDITO ES EN 2 AÑOS

### 2.1. ANÁLISIS FODA

EN CUANTO AL ANALISIS FODA; SE CONTEMPLARÁN CADA UNO DE LOS ASPECTOS PARA EL ANALISIS QUE SON LAS FORTALEZAS, LAS OPORTUNIDADES, LAS DEBILIDADES Y LAS AMENAZAS.

**FORTALEZAS:**

SE CUENTA CON UNA ZONA GEOGRAFICA PARA INTEGRAR UNA EMPRESA DEL GIRO FERRETERO.

EN LA POBLACION CUENTA CON 3 FERRETERIAS

CALIDAD

**OPORTUNIDADES**

INNOVACION EN EL SERVICIO

AMPLIACION DE STOCK

MARKETING

SOCIALIZAR CON CLIENTES POTENCIALES

**DEBILIDAD**

ESCASEZ DE EMPLEADO

FALTA DE MAS INVERSION

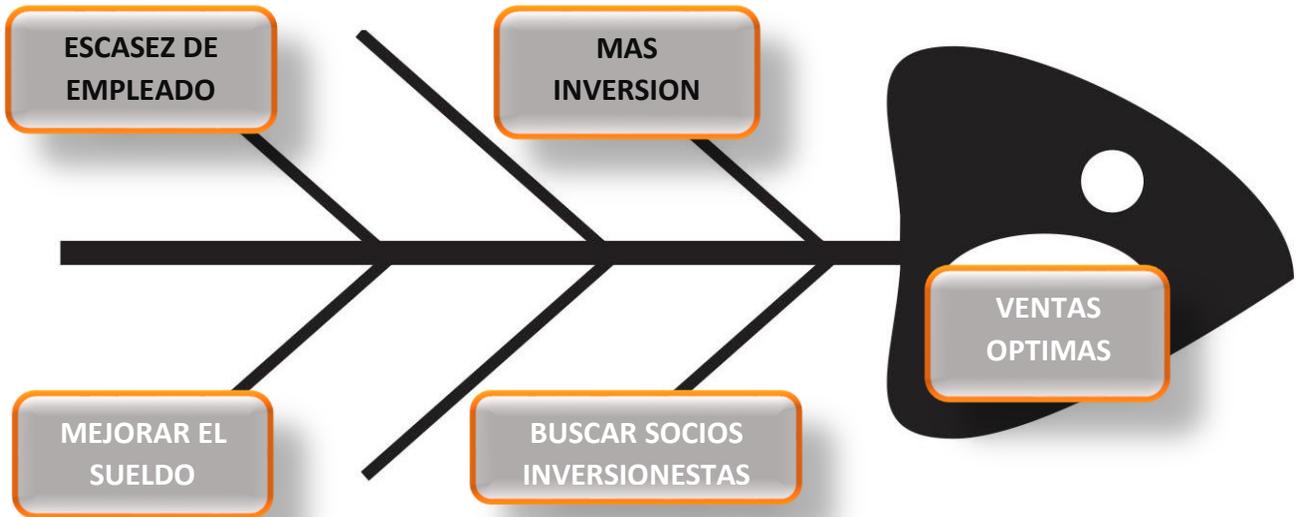
**AMENAZA**

COMPETENCIA

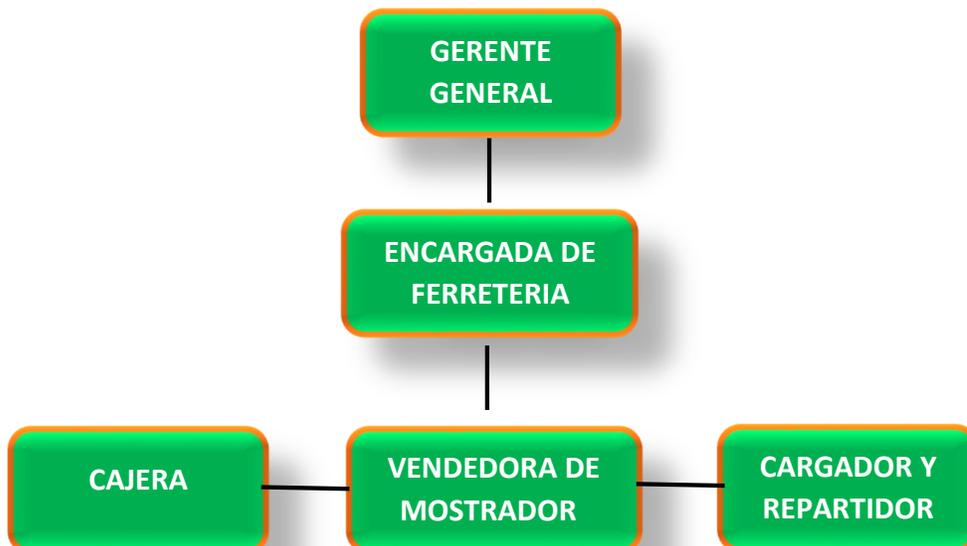
CONFLICTOS SOCIALES

CLIMA

### 2.1.1. TÉCNICA PARA AMORTIGUAR UNA DEBILIDAD O AMENAZA IDENTIFICADA.



### 2.2. ORGANIGRAMA GENERAL



### 2.2.1. ORGANIGRAMA DE FUNCIONES



### 2.2.2. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

#### GERENTE GENERAL:

COMO GERENTE GENERAL SE ENCARGA DE LA BUSQUEDA DE CLIENTES POTENCIALES Y DE PROVEEDORES QUE TENGAN PRECIOS ACCESIBLES A MAYOREO

#### ENCARGADA DE FERRETERIA:

COMO ENCARGADA DE FERRETERIA, DESARROLLA LAS ACTIVIDADES DE:

- INGRESO DE PRODUCTOS EN INVENTARIO DEL SISTEMA
- COTIZACION DE PRODUCTOS CON LOS DIFERENTES PROVEEDORES
- COORDINACION DE SUBORDINADOS
- RECIBIR Y REALIZAR LLAMADAS A PROVEEDORES

- VIGILANCIA EN PORTACION DE UNIFORMES
- VIGILANCIA EN HORARIOS DE SUBORDINADOS
- VIGILANCIA EN LAS VENTAS DIARIAS

**CAJERA:**

COMO CAJERA DESARROLLARA LAS ACTIVIDADES DE:

- COBRO DE LA VENTA DE LOS PRODUCTOS
- ETIQUETAR PRODUCTOS DE NUEVO INGRESO
- ORGANIZAR PRODUCTOS NUEVOS EN EXIBIDORES
- REALIZAR LLAMADA DE PRODUCTOS DADOS EN CREDITOS
- RECIBIR Y REALIZAR LLAMADAS A CLIENTES

**VENDEDORA DE MOSTRADOR**

- VENTAS A PUBLICO EN GENERAL
- PROMOCIONAR PRODUCTOS A MAYOREO A LOS CLIENTES
- REALIZAR PUBLICIDAD DE LA FERRETERIA EN LAS REDES SOCIALES
- ANOTAR PRODUCTOS QUE CONSTANTEMENTE SOLICITAN
- ANOTAR PRODUCTOS DE ENCARGO

**CARGADOR Y REPARTIDOR**

- LLEVARA UNA BITACORA DE CONTROL DE LOS ENVIOS REALIZADOS
- LLEVARA LOS PRODUCTOS O MATERIALES A DOMICILIO DE LOS CLIENTES QUE SOLICITEN EL SERVICIO.
- SE ENCARGA DE LA VERIFICACION DE LA FUNCIONALIDAD DE VEHICULO REPARTIDOR
- LLEVARA UN CONTROL DE LA GASOLINA QUE SE LE INGRESE AL VEHICULO
- PROMOCIONARA EN LOS DOMICILIOS DE CLIENTES DEDICADOS A LA CONSTRUCCION, BALCONERIA, CARPINTERIA, HOJALATERIA Y MECANICA.

### **2.3. RESUMEN EJECUTIVO**

CONFORME AL PROYECTO REALIZAO SE PODRÍA MENCIONAR QUE SE CUENTA CON TODA LA INFORMACIÓN BÁSICA QUE PERMITIRÁ EL ÉXITO DE LA EMPRESA. TAL ES EL CASO DE CONTAR CON LOS PROVEEDORES ADECUADOS EN LA COMPRA DE DIFERENTES PRODUCTOS O MATERIALES, COMO SON:

- TRUPER
- LA VERACRUZANA
- GRUPO FERNANDEZ
- MATERIALES PARA LA CONSTRUCCION SANTA CRUZ
- FERRESUR
- ACEROS GRIJALVA
- LOS ALTOS

DE IGUAL MANERA SE PRETENDE EN UN FUTURO NO MUY LEJANO CONTAR CON EL CONVENIO DE SUMINISTRAR MATERIALES Y HERRAMIENTAS PARA LA CONSTRUCCIÓN AL H. AYUNTAMIENTO DE LOS MUNICIPIOS CERCANOS; SITALA Y CHILON.

## 2.4. FICHA TÉCNICA

<b>DEFINICION DE OBJETIVOS</b>	<b>GAMA DE PRODUCTOS</b>	<b>CONSUMIDORES FINALES</b>	<b>ZONAS DE VISITAS</b>
EL PRINCIPAL OBJETIVO DE LA EMPRESA ES OTORGAR UN SERVICIO DE CALIDAD A LA POBLACION DE BACHAJON; MEDIANTE PRECIOS ACCESIBLES Y SOBRETUDO CON LA INNOVACION NECESARIA.	JARDINERIA FONTANERIA CONSTRUCCION BALCONERIA CARPINTERIA HOJALATERIA TALABARTERIA MECANICA	EN MUCHOS DE LOS CASOS SON EL PUBLICO EN GENERAL. COMO TAMBIEN SE VISITARA A MAESTROS EN ALGUN TIPO DE ACTIVIDAD.	LA MAYOR PARTE DE LAS VISITAS REALIZADAS SERAN EN LAS ZONAS DEL CENTRO DE LA POBLACION.

## 2.5. RESULTADOS

COMO RESULTADOS SE PODRIA MENCIONAR QUE LA INVERSION INICIAL PERMITIRA LA OBTENCION DE UNA GAMA DE PRODUCTOS DE DIFERENTES AREAS DE UTILIDAD, COMO DE IGUAL MANERA EL HABER OBTENIDO PRECIOS DIRECTOS DE FABRICA; PERMITIRA MEJORAR EL PRECIO QUE SE LE PUEDE ASIGNAR A LA POBLACION.

## CONCLUSIÓN

LOS EMPRENDEDORES CONSTITUYEN UNO DE LOS FACTORES MÁS DINÁMICOS QUE ESTIMULAN LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS DE MAYOR VALOR AGREGADO, DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL. AL IGUAL QUE EL CAPITAL FÍSICO, EL CAPITAL FINANCIERO Y EL CAPITAL HUMANO, EL EMPRESARIADO EN TODAS SUS DIMENSIONES ES UNA FUENTE DE CRECIMIENTO, YA QUE PERMITE GENERAR DESARROLLO SUSTENTABLE Y LA CREACIÓN DE RIQUEZA.

HAY UNA GRAN CANTIDAD DE PROYECTOS QUE HAN FOMENTADO AL EMPRESARIADO, SIN EMBARGO, LA MAYORÍA DE ESTOS SE ENCUENTRAN EN PAISES DESARROLLADOS, DE ESTA MANERA SE BUSCA MEDIANTE EL PROYECTO EMPRESARIAL, QUE EL EMPRESARIO JUVENIL GENERE CRECIMIENTO ECONÓMICO, EMPLEO, DISTRIBUCIÓN DE INGRESO, PRODUCTIVIDAD, INNOVACIÓN Y MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS. TODO ESTO CON EL FIN DE QUE EN UN FUTURO SE LOGRE PROMOVER LA CREACIÓN DE POLÍTICAS Y PROGRAMAS QUE AYUDEN A LOS JÓVENES EMPRENDEDORES A CONVERTIRSE EN EMPRESARIOS CON NEGOCIOS ESTABLES Y DURADEROS.

CABE MENCIONAR QUE LOS OBSTÁCULOS QUE LOS JÓVENES EMPRENDEDORES DEBEN DE SUPERAR SON FINANCIAMIENTO, FLEXIBILIDAD, COMPETENCIA, NORMATIVA JURÍDICA, ENTORNO, CARGAS FISCALES, PROPIEDAD E INVERSIÓN, ENTRE OTROS PARA LA CREACIÓN Y DESARROLLO DE LA EMPRESA Y EL TRABAJO AUTÓNOMO.

ASI QUE MEDIANTE ESTE PROYECTO SE BUSCA MOTIVAR AL EMPRENDEDOR, EN EL DESARROLLO DE ALGUN PROYECTO DE NEGOCIO QUE LE GENERE UTILIDADES A LARGO O MEDIANO PLAZO.

## FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Arnoletto, E.J, (2007). *Administración de la producción como ventaja competitiva*, Edición electrónica gratuita. Texto completo en [www.eumed.net/libros/2007b/299/](http://www.eumed.net/libros/2007b/299/)

Bello, Carlos R, (2000). *La gran transformación la integración hacia adentro*, Organización de servicios para la integración Unión Europea-Mercosur.

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE MEXICO

[https://repositorio.unam.mx/contenidos/propuesta-del-diseno-de-plan-estrategico-para-la-ferreteria-alima-de-frontera-centla-tabasco-461107?c=Azxxl9&d=false&q=.\\*&i=1&v=1&t=search\\_1&as=4](https://repositorio.unam.mx/contenidos/propuesta-del-diseno-de-plan-estrategico-para-la-ferreteria-alima-de-frontera-centla-tabasco-461107?c=Azxxl9&d=false&q=.*&i=1&v=1&t=search_1&as=4)

