



**Mi Universidad**

ENSAYO

*Nombre del Alumno: Manuel Alfaro Zamorano*

*Nombre del tema: Empresa*

*Parcial: 3*

*Nombre de la Materia: Taller del emprendedor*

*Nombre del profesor: Juan Manuel Jaime*

*Nombre de la Licenciatura: Licenciatura en enfermería Grupo B*

*Cuatrimestre: Noveno Cuatrimestre*

**Nombre de la empresa: GMA**



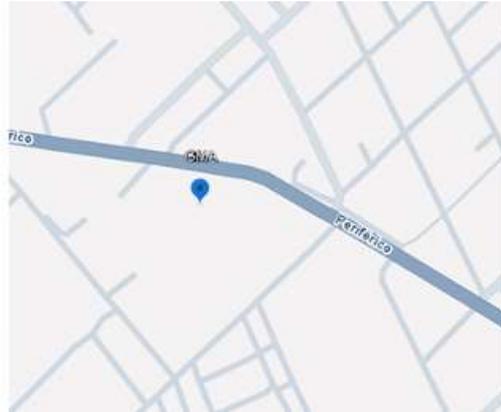
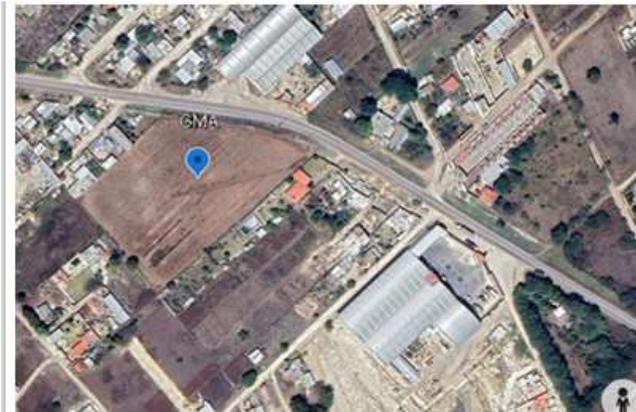
**DESCRIPCION DE LA EMPRESA:**

Este proyecto empresarial tiene como objetivo la creación y consolidación de una empresa dedicada a la comercialización de materiales de construcción y la operación de estaciones de servicio (gasolineras), ofreciendo soluciones integrales para sectores clave como la construcción, transporte, comercio y el público en general.

La empresa busca atender la creciente demanda de insumos de calidad y servicios confiables en regiones con potencial de desarrollo urbano e industrial. A través de una red de distribución eficiente, alianzas estratégicas con proveedores reconocidos

y un enfoque en la sostenibilidad, la empresa ofrecerá productos y servicios que combinen calidad, precio competitivo y compromiso ambiental.

## UBICACION



## JUSTIFICACION

Los valores institucionales seleccionados para esta empresa responden a la necesidad de establecer una base sólida que guíe el comportamiento, las decisiones y el crecimiento sostenible de la organización. Al operar en dos sectores estratégicos y de alta responsabilidad como lo son la venta de materiales de construcción y la distribución de combustibles

## MISION:

Ofrecer soluciones confiables en la distribución de materiales de construcción y combustibles, combinando calidad, atención personalizada y responsabilidad ambiental, para contribuir al crecimiento de nuestros clientes y del sector productivo nacional

## **VISION:**

Ser una empresa referente en el suministro integral de materiales de construcción y combustibles, destacando por su eficiencia operativa, innovación, calidad en el servicio y compromiso con el desarrollo sostenible de las comunidades a las que servimos

## **METAS:**

Ser una de las principales marcas nacionales en distribución de materiales y combustibles.

## **FODA:**

**FORTALEZAS:** Infraestructura propia, Red de proveedores consolidada, Ubicaciones estratégicas **OPORTUNIDADES:** Crecimiento del sector construcción. Alianzas estratégicas, Expansión geográfica: Crecer hacia zonas rurales o en desarrollo urbano donde haya poca competencia.

**DEBILIDADES.** Altos costos operativos: Mantenimiento de maquinaria, vehículos, estaciones de servicio y bodegas requiere constante inversión.

**AMENAZAS:** Inflación y devaluación: Aumentos de precios en materiales importados o combustibles reducen el poder adquisitivo del cliente.

## **OBJETIVOS A CORTO PLAZO:**

- Optimizar el inventario en la central de materiales para evitar faltantes o excesos.
- Establecer convenios con proveedores para obtener mejores precios y condiciones. Aumentar las ventas mensuales en un 10% mediante promociones locales y publicidad digital.

-Capacitar al personal en atención al cliente y seguridad en ambas divisiones (materiales y gasolina).

-Mejorar la imagen comercial mediante la renovación de letreros, uniformes y señalética.

### **OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO:**

-Expandir la red de distribución con al menos una nueva sucursal o punto de venta.

-Implementar tecnología de gestión (ERP o software especializado) para integrar ventas, inventarios y finanzas.

-Desarrollar una tienda en línea para materiales de construcción con opción de entrega local.

-Mejorar la infraestructura de las gasolineras con zonas de servicio, tienda de conveniencia o lavado exprés.

### **OBJETIVOS A LARGO PLAZO:**

-Convertirse en líder regional en venta de materiales y servicios de combustible.

-Diversificar la oferta con productos ecológicos o innovadores (cementos verdes, combustibles alternos).

-Ampliar la presencia en otros estados o regiones del país.

-Desarrollar marca propia de productos de construcción o combustibles.

-Implementar prácticas sostenibles (energía solar, reciclaje de materiales, ahorro de agua y control ambiental en estaciones de servicio).

## SEGMENTO DEL MERCADO:

En el corto plazo del segmento de mercado es de la población de Comitán de Domínguez, cuya edad fluctúa entre 15 y 60 años.

## CARACTERISTICAS DEL SEGMENTO DEL MERCADO.

- Clientes del sector construcción:
- Clientes de estaciones de servicio
- Mayor interés por productos sostenibles o ecológicos.
- Compras programadas o por proyecto

## CONSUMO MENSUAL APARENTE.

30000 personas lo consumirán 1 vez por semana

35000 personas lo consumirán 2 veces por semana

5000 personas lo consumirán 1 vez al mes

8528 lo consumaran ocasionalmente

<b>Consumo aparente</b>			
<b>1 vez por semana</b>	<b>30,000</b>	<b>4</b>	<b>12000</b>
<b>2 veces por semana</b>	<b>35000</b>	<b>8</b>	<b>280000</b>
<b>1 vez al mes</b>	<b>5000</b>	<b>1</b>	<b>5000</b>
<b>ocasionalmente</b>	<b>8528</b>	<b>0</b>	<b>8528</b>

	<b>78528</b>		<b>293645</b>
--	--------------	--	---------------

## **CONCLUSION:**

El análisis del segmento de mercado revela que esta empresa opera en un entorno dinámico y con alta demanda, al atender tanto al sector de la construcción como al de los servicios de combustibles. Los clientes buscan eficiencia, calidad, disponibilidad inmediata y buen servicio, lo que obliga a la empresa a mantenerse competitiva, innovadora y orientada al cliente.

Comprender las características, necesidades y comportamientos de los consumidores permite diseñar estrategias comerciales más efectivas, diversificar la oferta y aprovechar las oportunidades de crecimiento. En resumen, conocer y adaptarse al segmento de mercado es clave para consolidarse como una empresa sólida, rentable y con proyección a largo plazo en ambos rubros.

## **RESPONSABILIDADES:**

- Garantizar la calidad de los productos y servicios
- Ofrecer materiales de construcción certificados y combustibles que cumplan con las normas oficiales.
- Asegurar el buen funcionamiento de los equipos y dispensadores de gasolina.
- Brindar una atención al cliente profesional y eficiente

## **BIBLIOGRAFIA:**

-Antología oficial de la UDS