



Mi Universidad

ENSAYO

Nombre del Alumno: Jesus Alexander Gómez Morales

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



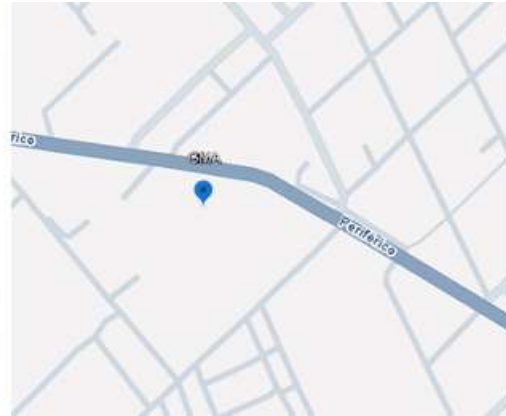
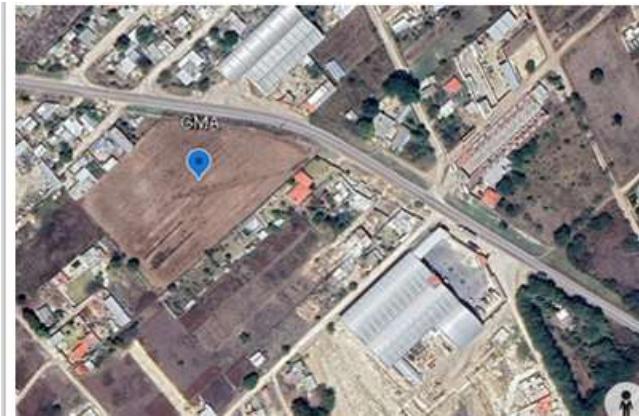
DESCRIPCION DE LA EMPRESA:

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

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

	78528		293645
--	--------------	--	---------------

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