



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
UNIDAD ACADÉMICA PROFESIONAL TEJUPILCO

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

**Implementación de un Plan de Negocios en la microempresa
Ferretería "Chalo", San Simón de Guerrero, México**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTAN:

EMMANUEL ARCENIEGA LÓPEZ

No. de Cta. 1528029

OLILEIDI PEÑA DOMÍNGUEZ

No. de Cta. 1528049

JOSÉ MARÍA SÁNCHEZ CRUZ

No. de Cta. 1528057

DIRECTORA DE TESIS

DRA. EN C. ADM. MARÍA DEL CARMEN DOMÍNGUEZ RAMÍREZ

COASESOR

DR. EN C. FELIPE DE JESÚS GONZÁLEZ RAZO

Tejupilco, México; noviembre, de 2025.

Índice

I.	Resumen	15
II.	Antecedentes de la temática.....	20
III.	Importancia del problema	24
IV.	Planteamiento del problema	26
	4.1 Objetivos	27
	4.1.1 Objetivo general	27
	4.1.2 Objetivos específicos	27
	4.2 Hipótesis.....	28
V.	Marco Conceptual	30
	5.1 Concepto y definición de plan de negocios.....	30
	5.2 Metodología del plan de negocios	31
VI.	Métodos y técnicas de investigación empleadas	3
	6.1 Metodología	3
	6.1.1 Enfoque de la investigación	3
	6.1.2 Diseño de la investigación.....	3
	6.1.3 Tipo de investigación.....	4
	6.1.4 Fuentes de información.....	4
	6.1.5 Variables de estudio.....	5
	6.1.6 Población y Muestra	6
	6.1.7 Recursos	8
VII.	Plan de negocios en la microempresa: Ferretería “Chalo”	39
	7.1 Naturaleza del proyecto	39
	1.1.1 Descripción de la empresa	39
	7.1.2 Misión	40
	7.1.3 Visión.....	40
	7.1.4 Dirección y croquis.....	40
	7.1.5 Análisis FODA	41
	7.1.6 Ventajas y distingos competitivos	42

7.2 Estudio de Mercado	44
7.2.1 Objetivo.....	44
7.2.2 Estudio de mercado.....	44
7.2.3 Tamaño de mercado.....	44
7.2.4 Participación de la competencia	46
7.3 Producción.....	53
7.3.1 Objetivo.....	53
7.3.2 Descripción del proceso de producción o prestación del servicio	53
7.3.2 Diagrama de flujo de proceso.....	55
7.3.3 Características de la tecnología.....	56
7.3.4 Equipo e instalaciones	57
7.3.5 Materia prima	57
7.3.6 Identificación de proveedores y cotizaciones.....	58
7.3.7 Compras.....	58
7.3.8 Capacidad Instalada.....	59
7.3.9 Manejo de inventarios	59
7.3.10 Diseño y distribución de las áreas de la empresa	60
7.3.11 Mano de obra requerida	61
7.3.12 Procesos de mejora continua	61
7.3.13 Programa de producción	62
7.4 Organización	64
7.4.1 Objetivo.....	64
7.4.2 Estructura Organizacional.....	64
7.4.3 Funciones específicas por puesto	66
7.4.4 Captación del personal.....	68
7.4.5 Desarrollo del personal	74
7.4.6 Administración de sueldos y salarios.....	74
7.4.7 Evaluación del desempeño	75
7.4.8 Relaciones de trabajo	75

7.4.9 Marco legal de la organización.....	77
7.5 Finanzas	81
7.5.1 Objetivo.....	81
7.5.2 Sistema contable	81
7.5.3 Catálogo de cuentas	81
7.5.4 Software a utilizar	82
7.5.5 Costos y gastos	84
7.5.6 Capital social	84
7.5.7 Crédito.....	84
7.5.8 Entradas y salidas	85
7.5.9 Valor Actual Neto (VAN).....	86
7.5.10 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	87
7. 6 Impacto social, económico y ambiental.....	93
VIII. Conclusiones y sugerencias.....	95
8.1 Conclusiones	95
8.2 Sugerencias	97
IX. Referencias consultadas.....	99
X. Anexos	103

Índice de tablas

Tabla 1. Análisis FODA.....	41
Tabla 2. Ventajas y distingos competitivos.....	42
Tabla 3. Análisis de la competencia	47
Tabla 4. Respuestas pregunta 1	49
Tabla 5. Respuestas pregunta 2	49
Tabla 6. Respuestas pregunta 3	50
Tabla 7. Respuestas pregunta 4	50
Tabla 8. Respuestas pregunta 5	50
Tabla 9. Respuestas pregunta 6	51
Tabla 10. Respuestas pregunta 7	51
Tabla 11. Respuestas pregunta 8	51
Tabla 12. Descripción del proceso de compra.....	53
Tabla 13. Descripción del proceso de venta	54
Tabla 14. Equipo, herramientas e instalaciones que empleara ferretería “Chalo.....	57
Tabla 15. Materia prima que necesita Ferretería “Chalo”	57
Tabla 16. Selección de proveedores.....	58
Tabla 17. Requisición de compra.....	58
Tabla 18. Capacidad instalada	59
Tabla 19. Punto de orden de materia prima en Ferretería “Chalo”	59
Tabla 20. Características de la mano de obra y personal	61
Tabla 21. Cronograma de Programa de producción	62
Tabla 22. Formato para definir los procesos operativos de la empresa	64
Tabla 23. Formato para la descripción de puestos.....	65

Tabla 24. Funciones específicas del administrador general.	66
Tabla 25. Funciones específicas del contador.	67
Tabla 26. Funciones específicas del auxiliar en ventas.	67
Tabla 27. Funciones específicas del operador.	68
Tabla 28. Proceso de reclutamiento.	68
Tabla 29. Presupuesto de reclutamiento.	69
Tabla 30. Programa de entrenamiento y capacitación.	74
Tabla 31. Sueldos y salarios que utiliza Residencia Edad Dorada.	74
Tabla 32. Formato de evaluación del desempeño por trabajador.	75
Tabla 33. Acciones para establecer un clima organizacional adecuado.	76
Tabla 34. Catálogo de cuentas.	81
Tabla 35. Costos y gastos fijos y variables.	84
Tabla 36. Primer mes de entradas.	85
Tabla 37. Sigüientes meses las entradas por mes serían:	85
Tabla 38. El primer mes las salidas serán de:	85
Tabla 39. Los sigüientes meses las salidas serán de:	86
Tabla 40. Tasa de actualización 10%.	88
Tabla 41. Punto de Equilibrio.	88
Tabla 42. Presupuestos de costos.	89
Tabla 43. Estado de resultados.	90
Tabla 44. Costos de depreciación.	91
Tabla 45. Flujo de efectivo.	91

Índice de figuras

Figura 1. Localización de la Ferretería.....	40
Figura 2. Diagrama de flujo de proceso.	55
Figura 3. Distribución de la Ferretería “Chalo”	60
Figura 4. Organigrama de Ferretería Chalo	65
Figura 5. Contrato de trabajo	71

I. Resumen

Las empresas son el motor de la economía en México. El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) a través de la Encuesta Nacional de Financiamiento de las Empresas (ENAFIN, 2021) afirma que en dicho año en el país existían 280, 489 establecimientos, de éstas y las que mayor representan son las microempresas representando un 52.8%, un 35.3% pequeñas y 6.9% medianas.

Estos datos revelan la importancia de las microempresas no solo en el desarrollo local sino también con impacto nacional en los diversos sectores como: construcción, industria manufactura, servicios y comercio. Estudiar a las microempresas deleita indagar sobre sus procesos de mercado, operación, administración, finanzas e impactos sociales económicos y ambientales, con el fin de ser identificados y descritos para profundizar en el conocimiento de dichas empresas.

La importancia de un plan de negocios para una empresa representa un instrumento que posibilita a las organizaciones establecer un camino a través del cual pueden realizar actividades, lo cual permitirá alcanzar sus objetivos y metas planeadas. El plan de negocios permitirá la viabilidad del negocio haciendo énfasis en el futuro de la misma, destacando sus áreas de oportunidad, identificando sus límites y alcances y todo esto para que el propietario de la empresa tome mejores decisiones (Gaitán, 2020).

Asimismo, como refieren (Bóveda, Oviedo y Yakusik, 2015) al elaborar un plan de negocio se debe considerar que no solo es un instrumento de planificación rígida, sino más bien es un documento flexible en constantes correcciones. Este escrito debe ser claro para el emprendedor y/o propietario, debe atraer a socios e inversionistas, contemplar a proveedores con miras de algún financiamiento en lo futuro.

Bajo esta perspectiva elaborar un plan de negocios tiene un valor agregado para la empresa pues al generar información, identificar su mercado, determinar la producción del bien o servicio, así como la administración en general del negocio y el manejo saludable de las finanzas garantizará un éxito de permanencia en el mercado.

En los últimos años el tema del emprendimiento ha cobrado auge haciendo que muchas personas incursionen al mundo de los negocios por sus propios medios, sin embargo, la realidad no siempre es factible para un segmento de los emprendedores debido a la deficiencia de conocimientos técnicos-administrativos que les asegure el éxito dentro del mercado.

Aunado a ello, es importante mencionar la incertidumbre e inseguridad por parte de los empleados al no tener seguro su empleo debido a las constantes bajas ventas y posibles accidentes de trabajo, ejemplo de ello, las empresas mexicanas enfrentaron un escenario complejo a causa de la pandemia mundial en el año 2020 donde el comercio al por menor de artículos de ferretería se mantuvo dinámico durante varios meses, situación que se explica por los hábitos de los consumidores en la nueva realidad comercial y el auge que tuvieron las ventas en línea, razón por la cual al enfrentarse a esta situación se ha pensado en una idea de negocio que contribuya a mejorar dicha realidad.

Para ello, es necesario plantear la idea de un negocio que permita conocer su factibilidad y rentabilidad, por lo que es necesario la realización de los estudios de mercado y administrativo, con el fin de obtener información importante que asegure su éxito a corto, mediano y largo plazo.

Realizar un estudio de mercado es vital para mantenerse al día con las tendencias, las expectativas y necesidades de los clientes, sobre todo permite reducir al máximo los riesgos y comprender mejor el entorno de la empresa para tomar las decisiones adecuadas. Permite que una empresa pueda identificar su oferta y demanda de lanzamiento de un nuevo producto o servicio.

Por otra parte, el estudio administrativo determina la organización funcional y clara del modelo de negocio que se implanta, así como también establece las condiciones laborales de los trabajadores, sueldos y salarios, etc. Su objetivo es realizar un análisis que permita obtener la información pertinente para la determinación de los aspectos organizacionales de un proyecto, los procedimientos administrativos, aspectos legales, laborales, fiscales y ecológicos.

En este sentido, el presente proyecto tiene como propósito desarrollar el plan de negocios de la microempresa Ferretería “Chalo” en el municipio de San Simón de Guerrero, México, detectando necesidades para la implementación de estrategias mercadológicas y administrativas de la empresa.

Ubicado en el sur del Estado de México se encuentra San Simón de Guerrero, uno de los 125 municipios que conforman la entidad, forma parte de la Región XIX Valle de Bravo y según datos del Censo Económico del INEGI (2019), los sectores económicos que concentraron más unidades económicas en la cabecera municipal de San Simón de Guerrero fueron: comercio al por menor (47.7%), otros servicios excepto actividades gubernamentales (14%) y servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas (12.8%), siendo el comercio al por menor la principal fuente de sustentabilidad de los sansimonenses en sus distintos giros comerciales como lo es la industria ferretera.

Para una mayor comprensión de la investigación, el plan de negocios está estructurado por la naturaleza del proyecto, especificando los antecedentes, el comportamiento de la empresa en su entorno, su importancia, cómo se clasifica, sus funciones, se muestran datos estadísticos de la conformación de los sectores económicos en México y finalmente cerramos el capítulo con el tema del emprendimiento en su concepto, ventajas y desventajas.

El segundo elemento es el estudio de mercado describiendo el segmento del mercado elegido, la participación de la competencia, se diseñó y aplicó un cuestionario para la recopilación de datos emitiendo las conclusiones de dicho estudio.

Un tercer elemento es el apartado de producción el cual consistió en determinar los requerimientos necesarios para la transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, así como los productos y servicios requeridos por los consumidores y a su vez describir el proceso de producción requerido.

Un cuarto elemento es el estudio administrativo el cual consiste en demostrar el trabajo coordinado de la microempresa, definiendo la estructura organizacional de la Ferretería “Chalo”, las funciones específicas de los puestos, el proceso de reclutamiento, selección y contratación del personal, así como su desarrollo una vez que forman parte del personal de

la empresa, en este sentido, se anexa el tabulador de sueldos y salarios, la evaluación del desempeño de los empleados y finalmente las relaciones de trabajo dentro de la organización.

En el quinto elemento del plan de negocios se aborda la parte financiera que tiene como finalidad buscar las alternativas que coadyuven a minimizar gastos y costos para una mejor toma de decisiones y alcanzar el máximo rendimiento de la organización.

El sexto y penúltimo apartado describe el impacto social, ambiental y económico que genera la implementación de este plan de negocios.

Finalmente, cabe mencionar que el desarrollo de este trabajo se apega a la nueva estructura que establece el Artículo 81 del Reglamento de Evaluación Profesional de la UAEM, presentando una propuesta de intervención para una microempresa de la región y generando con ello algunas conclusiones importantes.

II. Antecedentes de la temática

II. Antecedentes de la temática

En México, las empresas comenzaron a surgir a partir de la llegada de los españoles en el siglo XVI. En aquellos tiempos, la colonización de México significó también el surgimiento de una economía basada en la minería, la agricultura y el comercio (Marichal, 2008).

Las primeras empresas en México fueron las mineras, la principal actividad económica de la época. Los españoles explotaron las minas de oro y plata que se encontraban en todo el país, para ello trajeron esclavos africanos para trabajar en ellas y para desarrollar dicho trabajo utilizaban herramientas a base de hierro, metal, madera y piedra que más adelante se convertirían en artículos comercializados por tiendas y/o industrias (Ibidem).

Según Pérez, P. y Merino, M (2019) se denomina “ferretería” al local destinado a la venta de productos metálicos y de otro tipo que resultan útiles para el desarrollo de tareas de construcción, reparación y bricolaje, en cuanto al individuo que tiene a su cargo el establecimiento se lo conoce como “ferretero”.

Así mismo, el Centro de Empresas de Base Tecnológicas (2016) menciona que una ferretería es un establecimiento comercial dedicado a la venta de útiles de metal o de otras materias destinados a su uso en bricolaje, construcción y necesidades del hogar, tanto para los clientes particulares como para los profesionales de diversos sectores. Entre los materiales y elementos que se comercializan en las ferreterías se encuentran persianas, cerraduras, tornillos, clavos, menaje del hogar, pintura, vajillas, silicona, todo tipo de herramientas, fijaciones, marquetería, etc.

Por lo que se refiere a sus inicios, las ferreterías tienen sus raíces en las antiguas civilizaciones. Las primeras ferreterías conocidas aparecieron en Mesopotamia alrededor del 2100 a.C. En la ciudad de Nippur, se han descubierto tablillas de arcilla que proporcionan evidencia de un próspero mercado donde se comerciaban herramientas y materiales. Estas tiendas atendían principalmente las necesidades de artesanos y constructores, por otra parte, los antiguos egipcios también tenían tiendas especializadas donde las personas podían adquirir diversas herramientas, como cinceles, martillos y sierras (Elizondo, 2023).

Durante el período del Renacimiento en Europa, la demanda de herramientas y materiales aumentó a medida que la arquitectura y las artes florecieron. En el siglo XVI, ciudades como

Londres, París y Venecia presenciaron el establecimiento de las primeras ferreterías modernas. Estas tiendas no solo proporcionaban herramientas esenciales, sino que también comenzaron a ofrecer una amplia gama de productos, como artículos de ferretería, suministros de fontanería y utensilios domésticos. Estas tiendas se convirtieron en lugares de encuentro para artesanos, arquitectos y propietarios de viviendas, fomentando un sentido de comunidad e intercambio de conocimientos (Ibídem).

La Revolución Industrial de los siglos XVIII y XIX revolucionó las ferreterías, introduciendo la producción en masa, nuevos materiales y el surgimiento de tiendas en cadena. En 1810, se abrió la primera ferretería estadounidense, Newburgh Chain, en Nueva York, ofreciendo una amplia gama de herramientas y productos de ferretería. Las tiendas en cadena como Sears, Roebuck & Co. y Montgomery Ward desempeñaron un papel fundamental al llevar las ferreterías a áreas rurales a través de catálogos por correo y, finalmente, estableciendo ubicaciones físicas.

Por otra parte, Rodríguez (2019) afirma que con la llegada de la Revolución Industrial en México las ferreterías evolucionaron de ser herramientas rudimentarias utilizadas por las civilizaciones prehispánicas durante la época colonial a nuevos artículos mejorados con nuevas técnicas a mano de maquinaria moderna.

Gracias a la expansión de la urbanización y la industrialización en el siglo XX las ferreterías tuvieron un gran crecimiento por lo cual comenzaron a ofrecer una gama más amplia de productos y servicios (Ibídem).

En las últimas décadas, la digitalización y la automatización han revolucionado el sector, mejorando la gestión de inventarios y el servicio al cliente. Hoy en día, las ferreterías en México combinan tecnología avanzada con una tradición de calidad, adaptándose a las necesidades modernas de construcción y mantenimiento.

.

La investigación pertenece a un tema de interés personal y académico realizado en la unidad de aprendizaje: Desarrollo empresarial, en la cual tenía como objetivo desarrollar e implementar un plan de negocios aplicado a una empresa real, elegida por los estudiantes.

Considerando el caso de la micro empresa familiar Ferretería “Chalo” tomando en cuenta los escasos procesos administrativos de planeación, organización, dirección y control, así como una estructura organizacional, estudio de mercado y estudio financiero, nos permite diseñar un plan de negocios que mejore y asegure su participación dentro del mercado a corto, mediano y largo plazo.

El plan de negocios que a continuación se presenta contiene en sus diferentes apartados la naturaleza del negocio, estudio de mercado, estudio de producción, estudio organizacional (administrativo) y finalmente el estudio financiero, los cuales van a permitir que la empresa disminuya las problemáticas o debilidades en los estudios antes mencionados, así como la necesidad de relacionarlos con el perfil y funciones del administrador.

Un motivo más que obedece realizar esta investigación, es la importancia que se tiene al generar información a nivel local producto de la aplicación de estudios en las microempresas del contexto local y regional como lo es el municipio de San Simón de Guerrero.

Los estudios realizados en el plan de negocios son elementos indispensables para que toda organización o empresa garantice la administración y la satisfacción del segmento de mercado al que se dirige, de ahí la importancia de desarrollar cada uno de los criterios de dichos estudios.

Finalmente destaca señalar que elegir una microempresa enfocada en la industria ferretera conlleva a ilustrar un panorama amplio en materia de la industria de la construcción, de comercio y de servicios enfocados a la satisfacción de la población en general.

III. Importancia del problema

III. Importancia del problema

La presente investigación pertenece a un tema de interés personal y académico realizado en la unidad de aprendizaje: Desarrollo empresarial, en la cual tenía como objetivo desarrollar un plan de negocios aplicado a una empresa real elegida por el interés del estudiante.

Se retomó este caso de la microempresa Ferretería “Chalo” dado la cercanía con la empresa y la distancia a nuestro municipio.

El plan de negocios se presenta completo en sus diferentes apartados como es: la naturaleza del negocio, estudio de mercado, estudio de producción, estudio organizacional (administrativo) y finalmente el estudio financiero, dado que observamos que la empresa requiere enfatizar en ambos estudios, así como la necesidad de relacionarlos con el perfil y el quehacer del administrador.

Un motivo más que obedece al realizar esta investigación es la importancia que se tiene al generar información a nivel local, producto de la aplicación de estudios en las microempresas del contexto local y regional como ejemplo, el municipio de San Simón de Guerrero.

Los estudios realizados en el plan de negocios son elementos indispensables para que toda organización o empresa garantice la administración y la satisfacción del segmento de mercado al que se dirige, de ahí la importancia de desarrollar cada uno de los criterios de dichos estudios.

Finalmente, destaca señalar que elegir una microempresa enfocada en la industria ferretera conlleva a ilustrar un panorama amplio en materia de la industria de la construcción, de comercio y de servicios enfocados a la satisfacción de la población en general.

IV. Planteamiento del problema

IV. Planteamiento del problema

La industria ferretera en México ha sufrido altas y bajas, el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI, 2020) ha informado que la tendencia de mejoras ha sido específicamente en el lugar, lo cual se reconoce como una reactivación de la obra pública y los mercados de exportación.

Cabe señalar, como refiere García (2022), director de Expo Nacional Ferretera el sector ferretero es uno de los más importantes en la economía nacional, pues aporta el 9% al Producto Interno Bruto (PIB). Asimismo, ha señalado que dicha industria se mantuvo activa durante la pandemia por Covid-19, la cual alcanzó un crecimiento del 40% entre el 2020 y 2021.

De acuerdo a datos del INEGI (2020) en los meses de abril a mayo, aumentó en 44,6% la demanda de herrajes para puertas y ventanas; 21,2% en martillos; un 8,2% en tuberías de PVC; un 7,7% en pintura; y un 3,8% de conexiones de PVC.

Otra fuente ha indicado que durante la pandemia los productos más demandados fueron: errajes para puertas, martillos y tubería PVC. Asimismo, se afirma que el 40% de la población realizó alguna modificación en su hogar durante el confinamiento (Axisnegocios, 2021).

Las empresas son unidades económicas que detonan el desarrollo local, regional, estatal y nacional de las ciudades o países. La Secretaría de Economía (2012) define a las microempresas como aquellos negocios que tienen menos de 10 trabajadores, generan anualmente ventas hasta por cuatro millones de pesos y representan el 95% del total de las empresas, y el 40% del empleo en el país.

Con base a los datos anteriores, se puede afirmar que el motor de la economía nacional son las micro, pequeñas y medianas empresas, sin embargo, los retos y desafíos que presentan estas empresas siguen vigentes entre los que destacan la inseguridad, el crimen organizado, la falta de inversión y de capital, la rotación del personal, las nulas estrategias mercadológicas, la práctica excesiva de la administración empírica, la escasa salud financiera de la empresa, entre otros factores.

Dicho lo anterior, en las micro empresas de San Simón de Guerrero no son la excepción de estos retos y desafíos, las empresas carecen de administración en el área de ventas de recursos humanos de producción o prestación del servicio y de estrategias de mercadotecnia que proyecten a la empresa garantizando una permanencia o éxito en el mercado local.

Por ello, la empresa de estudio Ferretería “Chalo” es una micro empresa ubicada en el centro del municipio de San Simón de Guerrero, su giro es comercial ofreciendo un amplio servicio de productos de construcción, ferretería y maquinaria pequeña para el servicio de público en general, garantizando la satisfacción de la comunidad local. Actualmente cuenta con un logotipo oficial y con una antigüedad de 15 años en el mercado.

La problemática central que manifiesta la microempresa “Chalo” deriva de la falta de estrategias mercadológicas en la promoción y publicidad de sus productos y servicios, además de llevar una administración tradicional y sin el acompañamiento del uso e implementación de las tecnologías. Aunado a ello se carece del conocimiento pleno sobre la satisfacción de los consumidores y clientes.

En ese sentido, la investigación pretende cuestionarse y responder la siguiente pregunta de investigación: ¿Un estudio de mercado y administrativo realizado en la microempresa: ferretería “¿Chalo”, permitirá identificar e implementar estrategias mercadológicas y administrativas para la mejora de la empresa?

4.1 Objetivos

4.1.1 Objetivo general

Desarrollar el plan de negocios de la microempresa Ferretería “Chalo” en el municipio de San Simón de Guerrero, México, detectando necesidades para la implementación de estrategias mercadológicas y administrativas de la empresa.

4.1.2 Objetivos específicos

- ✓ Presentar la misión, visión, FODA, ventajas y distingos competitivos y aspectos que conforman la naturaleza del negocio.
- ✓ Realizar un estudio de mercado identificando la oferta y la demanda del producto o servicio a ofrecer.

- ✓ Elaborar un estudio administrativo determinando la estructura organizacional, así como las funciones, administración de sueldos y salarios y responsabilidades de cada puesto de la empresa.
- ✓ Desarrollar el estudio financiero de la microempresa.
- ✓ Informar las conclusiones y sugerencias de los hechos encontrados.

4.2 Hipótesis

La hipótesis que guiará a esta investigación es la el siguiente postulado:

El plan de negocios es una herramienta de apoyo que permitirá la toma de decisiones del propietario de la empresa Ferretería “Chalo”, identificando áreas de oportunidad para la empresa principalmente, generando estrategias mercadológicas de sus productos y/o servicios, de la administración en general y de sus finanzas de la microempresa.

V. Marco Conceptual

V. Marco Conceptual

5.1 Concepto y definición de plan de negocios

Los planes de negocios constituyen una herramienta clave para las y los administradores de negocios. Este documento representa un reto para quienes se aventuran en la idea de montar un negocio, para Longenecker (2007), un plan de negocios es aquel instrumento que describe claramente la esencia del negocio, sus objetivos principales, así como todas las acciones necesarias para lograr su lanzamiento y crecimiento posterior.

La inspiración de este trabajo obedece a la concepción que realiza Alcaraz (2011) en la que refiere que el plan de negocios es crucial para los emprendedores, pues este funciona como una guía que orienta en la toma de decisiones estratégicas, anticipa posibles dificultades y ayuda a identificar oportunidades de mercado.

En otras palabras, el plan de negocios es un timón para conducir en buen término un modelo de negocio, al planearlo desde su concepto, desarrollo y termino. Por su parte, Fleitman (2000) argumenta que el plan de negocios es aquel conjunto de actividades interrelacionadas que facilitan el desarrollo exitoso y sostenible de una empresa desde su inicio.

Elaborar un plan de negocios e implementarlo asegura y garantiza la vida útil de un modelo de negocio en cualquier contexto que se determine.

Hacer énfasis en la planificación del negocio se considera un paso firme para que la gestión de un negocio sea exitoso.

Para Bermejo y De La Vega (2003), el plan de negocio es aquel escrito en la que se describe una oportunidad de negocio, examina la viabilidad técnica, económica y financiera de la misma, y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarios para convertir la citada oportunidad de negocio en un proyecto empresarial concreto.

Por otra parte, Álvarez (2002) define el plan de negocios como un documento ejecutivo, elaborado con el propósito de medir la factibilidad técnica y económica de un proyecto de creación o gestión de empresas. En este sentido, el plan de negocios minimiza los riesgos y define las pautas para explotar racionalmente una oportunidad de negocio.

Para efectos de esta investigación el plan de negocios, se entenderá al plan como aquel documento guía en la que permite al emprendedor garantizar la vida útil de un modelo de negocio en cualquier contexto que se determine.

5.2 Metodología del plan de negocios

El desarrollo de un plan de negocios obedece a guías y metodologías con enfoques distintos, sin embargo, hay algunas coincidencias entre la revisión de la literatura encontrada.

Nacional Financiera

Un claro ejemplo es Nacional Financiera (2025) que describe una metodología básica para realiza un emprendimiento. Esta metodología puede ser consultada desde su portal electrónico.

Nacional Financiera, realizó un guía de plan de negocios con base a la asesoría que otorga la Universidad Autónoma Nacional de México, refiere que un plan de negocios debe contener al menos los siguientes apartados:

a) Cómo iniciar tu negocio, en la se incluye subtemas como: ¿Qué Cualidades Debe Poseer

un Buen Empresario y Cómo Desarrollarlas?, selección del tipo de negocio a crear, determinación de las necesidades de los clientes, mercado potencial, ubicación óptima del negocio, características físicas que debe cumplir el negocio, estructuración legal de la empresa, competencia, estrategias de ventas y costos, contratación del personal, adquisición de equipo y mobiliario, obtención del capital necesario para emprender el negocio

b) Administración: en la que incluye la filosofía empresarial, análisis FODA, misión, visión.

c) Contabilidad: en este apartado se sugiere incluir el registro contable, balance general, flujo de efectivo, punto de equilibrio, obligaciones fiscales (régimen).

d) Finanzas: en este apartado se debe realizar el análisis financiero de la empresa, en la que se presenta la rentabilidad del negocio.

e) Mercadotecnia: en esta sección se propone analizar el mercado meta, la oferta y demanda del bien o servicio, la publicidad y promoción de la empresa, la plaza sugerida.

f) Producción: los temas relacionados a la producción del bien o servicio, diseño y proceso del producto, diseño de las instalaciones de producción, administración de esta área, administración de control y calidad.

g) Recursos humanos: los temas abordados en esta sección sería las leyes laborales, sueldos y salarios, captación del personal (reclutamiento, selección, inducción y contratación) capacitación y adiestramiento entre otros.

Diferencias entre un plan de negocios y un proyecto de inversión

Las similitudes que existen entre un proyecto de inversión y un plan de negocios suelen estar estrechamente relacionados, sin embargo, existen algunas características que los hacen diferentes las se mencionan a continuación, para Conexionesan (2020) menciona:

Proyectos de inversión

Están conformados por un conjunto de actividades, previamente establecidas, que están interrelacionadas y orientadas a crear un producto o brindar un nuevo servicio. Los proyectos de inversión tienen una fecha de inicio y caducidad; además, los recursos que se utilizarán durante su desarrollo y la calidad que se desea alcanzar al final del proceso, también deben estar definidos con anticipación. Los proyectos de inversión buscan satisfacer las necesidades del ser humano en sectores como la salud, la cultura, el empleo, la educación, la alimentación, la comunicación, etc.

Mientras que García (como se citó en Conexionesan 2020) menciona:

Planes de negocio

Es utilizado por los empresarios y emprendedores que sirva de guía para planificar, comunicar y gestionar el financiamiento de una idea de negocio, en él se analiza el entorno y el mercado, define objetivos y se plantea la estrategia a seguir, cuantificando el plan y determinando la rentabilidad a obtenerse, de igual manera, están enfocados a satisfacer las necesidades del público, pero estos se desarrollan dentro de un ámbito más comercial y de forma personal.

Estructura de un plan de negocios según autores

El autor Pedraza (2014) considera que los empresarios deben plasmar las ideas con mayor determinación en cuanto al desarrollo de un plan de negocios.

A continuación, se presentan dos propuestas de planes de negocios en base al criterio y la postura de diferentes autores.

Estructura del Plan de negocios según el autor Pedraza, 2014

Autor	Estructura
Pedraza (2014)	<p>Portada</p> <p>Resumen Ejecutivo</p> <p>I. Descripción del negocio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definición del negocio - Misión, visión y objetivos - Alianzas estratégicas y adquisición de patentes - Fortalezas y debilidades del negocio - Oportunidad para realizar el negocio - Contexto e incertidumbre del negocio y riesgos <p>II. Productos y servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Descripción del producto - Valor distintivo con la competencia - Evolución y ciclo de vida - Estrategia del producto/servicio - Posicionamiento del producto/servicio - Análisis de la industria en la que se desarrolla el producto <p>III. Mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Segmentación del mercado y mercado meta - Conocimiento de la clientela del negocio - Comportamiento del mercado y tamaño - Estrategias de ventas - Estrategias de precios - Estrategias de publicidad - Estrategias de promoción - Canales de distribución <p>IV. Análisis de la competencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los competidores - Identificación de las estrategias de los competidores - Determinación de los objetivos de la competencia - Valoración de la fuerza y debilidad de la competencia - Potencial de reacción de los competidores - Gobierno como competidor <p>V. Procesos y procedimientos de operación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Materiales y suministros - Procesos y programas de producción - Tecnología aplicada - Similitudes y diferencias con la competencia - Análisis de la localización y ventaja competitiva - Análisis de la capacidad instalada - Infraestructura disponible y uso de la misma - Aspectos ambientales y regulatorios <p>VI. Organización y el personal estratégico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aspectos generales de la organización - Marco legal de la organización - Personal estratégico para el negocio - Plan de trabajo para el desarrollo del negocio <p>VII. Aspectos económicos y financieros:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinación de la inversión necesaria - Financiamiento requerido - Elaboración de los presupuestos - Plan de tesorería - Estados financieros proforma y flujos de efectivo - Cálculo de la rentabilidad - Análisis de sensibilidad <p>VIII. Principales riesgos y estrategias de salida:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Análisis de los riesgos existentes para el negocio - Medidas para minimizar los riesgos - Estrategias de salida <p>IX. Sistema de seguimiento de la gestión.</p> <p>X. Documentos de apoyo, anexos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Encuestas de mercado - Copias de contratos firmados - Cartas de intención - Copias de licencia y otros documentos - Documentos fiscales de los socios - Estados financieros auditados del negocio - Garantías crediticias - Otra información relevante

Fuente: Elaboración propia en base a Pedraza (2014).

Estructura del Plan de negocios según Bancomext

Bancomext (2021)	<ul style="list-style-type: none">I. Resumen ejecutivo<ul style="list-style-type: none">- Perfil de la empresa- Elementos clave de la historia de la empresa- Naturaleza del producto o servicio que se ofrece- El mercado meta- Composición y antecedentes del cuerpo directivo- Requerimientos financieros y proyecciones claveII. Descripción del negocio<ul style="list-style-type: none">- Misión de la empresa- Antecedentes del negocio del proyecto- Forma de organización- Ubicación física de la empresa- Estrategia de ingreso al mercado meta- Descripción del producto o servicioIII. Análisis del mercado<ul style="list-style-type: none">- Descripción de la industria- Descripción de la región o país seleccionado- Mercado meta- Investigación del mercado- Análisis de la competencia- Barreras de acceso al mercadoIV. Cuerpo Directivo<ul style="list-style-type: none">- Antecedentes de los ejecutivos clave- Estructura de la organización de la empresa- Estructura organizacional de área internacional- Descripción de funciones- Asesores externos para el área internacional- Alianzas estratégicasV. Operaciones<ul style="list-style-type: none">- Consideraciones internacionales- Estrategia de comercialización- ProducciónVI. Riesgos Críticos<ul style="list-style-type: none">- Riesgos internos- Riesgos externos- Planes de contingencia- Provisión de segurosVII. Proyecciones financieras<ul style="list-style-type: none">- Información financiera histórica- Requerimientos de capital para el proyecto- Determinación del flujo de efectivo- Estados financieros proforma- Análisis del punto de equilibrio- Principales razones financieras- Valor presente neto y tasa interna de retorno
---------------------	---

Fuente: Elaboración propia en base a Bancomext (2021).

Estructura del Plan de negocios según el autor Alcaraz

Alcaraz (2011)	I.	Naturaleza del Proyecto
		<ul style="list-style-type: none">- Introducción- Proceso creativo para determinar el producto o servicio de la empresa- Justificación de la empresa- Propuesta de valor- Nombre de la empresa- Descripción de la empresa- Análisis FODA- Misión de la empresa- Visión de la empresa- Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazos- Ventajas competitivas- Análisis de la industria o sector- Productos y/o servicios de la empresa- Calificaciones para entrar al área- Apoyo
	II.	El mercado del Producto o Servicio
		<ul style="list-style-type: none">- Introducción- Objetivos del marketing- Investigación de mercado- Estudio del mercado- Distribución y puntos de venta- Promoción del producto o servicio- Fijación y políticas de precio- Plan de introducción al mercado- Riesgos y oportunidades del mercado- Sistema y plan de ventas
	III.	Sistema de Producción
		<ul style="list-style-type: none">- Objetivos del área de producción- Especificaciones del producto o servicio- Descripción del proceso de producción o prestación del servicio- Diagrama de flujo del proceso- Características de la tecnología- Equipo e instalaciones- Materia prima- Capacidad instalada- Manejo de inventarios- Ubicación de la empresa- Diseño y distribución de planta y oficinas- Mano de obra requerida- Procedimientos de mejora continua- Programa de producción
	IV.	La Organización
		<ul style="list-style-type: none">- Objetivos del área de organización- Estructura organizacional- Funciones específicas por puesto- Captación de personal- Desarrollo del personal- Administración de sueldos y salarios- Evaluación del desempeño- Relaciones de trabajo- Marco legal de la organización
	V.	Las Finanzas del Proyecto
		<ul style="list-style-type: none">- Objetivos del área financiera- Sistema contable de la empresa- Costos y gastos- Estados financieros proyectados- Indicadores financieros- Supuestos utilizados en las proyecciones financieras- Sistema de financiamiento
	VI.	Resumen Ejecutivo
		<ul style="list-style-type: none">- Definición de resumen ejecutivo- Contenido del resumen ejecutivo- Modelo de negocio

Fuente: Elaboración propia en base a Alcaraz (2011).

VI. Métodos y técnicas de investigación empleadas

VI. Métodos y técnicas de investigación empleadas

6.1 Metodología

6.1.1 Enfoque de la investigación

Para el desarrollo de esta investigación el enfoque será de tipo cuantitativo ya que de acuerdo con Hernández (2006), “consiste en analizar una realidad objetiva a partir de mediaciones numéricas y análisis estadísticos para determinar predicciones o patrones de comportamiento del fenómeno o planteado. Este enfoque utiliza la recolección de datos para comprobar la hipótesis, que es importante señalar, se ha planteado con antelación al proceso metodológico; con un enfoque cuantitativo se plantea un problema y preguntas concretas de lo cual se derivan las hipótesis. Al término de la investigación se debe lograr una generalización de resultados, predicciones, control de fenómenos y la posibilidad de elaborar réplicas con dicha investigación”.

6.1.2 Diseño de la investigación

Según Hernández, Fernández y Baptista (2001) la investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables; es decir, es investigación donde no hacen variar intencionalmente las variables independientes. Lo que se realiza en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos, en este caso se analizara la situación actual del negocio en cuanto a su proceso administrativo para posteriormente trabajar sobre ello y poder establecer una mejora continua.

Como señala Kerlinger (1979). "la investigación no experimental es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones". De hecho, no hay condiciones o estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural, en su realidad.

Para la presente investigación el diseño es no experimental ya que no se manipularán las variables, la información con la que se trabajará será determinada por los diferentes estudios que conforman el plan de negocios lo cual nos permitirá determinar si el plan de negocios

será una herramienta de apoyo que permitirá la toma de decisiones del propietario de la empresa Ferretería “Chalo”, identificando áreas de oportunidad para la empresa principalmente, generando estrategias mercadológicas de sus productos y/o servicios, de la administración en general y de sus finanzas de la microempresa.

6.1.3 Tipo de investigación

El estudio descriptivo según Sabino (1986) es aquel que “trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada”.

En este sentido se evalúa la implementación de una herramienta de apoyo que permitirá la toma de decisiones del propietario de la empresa Ferretería “Chalo”, por medio del desarrollo de los diferentes estudios que conforman el plan de negocios para generar estrategias mercadológicas de sus productos y/o servicios, así como de su administración general.

Aunado a esto, los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, el estudio solo recolectará y analizará la información en un periodo de tiempo específico, por lo que es considerado para un estudio de tipo no experimental (Hernández, 2006).

En base al concepto analizado anteriormente el tiempo en el que se estudia el evento es de tipo transversal ya que se pretende realizarlo en el año 2026 llevando una correlación con la situación actual que puntualiza la dinámica del mercado.

6.1.4 Fuentes de información

Fuentes primarias

Sampieri (2008), define a las fuentes primarias de información las que “contienen información original es decir son de primera mano, son el resultado de ideas, conceptos, teorías y resultados de investigaciones. Contienen información directa antes de ser

interpretada, o evaluado por otra persona. Las principales fuentes de información primaria son los libros, monografías, publicaciones periódicas, documentos oficiales o informe técnicos de instituciones públicas o privadas, tesis, trabajos presentados en conferencias o seminarios, testimonios de expertos, artículos periodísticos, videos documentales, foros”.

Fuentes Secundarias

De la misma manera Sampieri (2008) nos menciona que “son las que ya han procesado información de una fuente primaria. El proceso de esta información se pudo dar por una interpretación, un análisis, así como la extracción y reorganización de la información de la fuente primaria”.

Para la realización de la presente investigación se hizo uso de las fuentes primarias como son tesis de proyectos similares al proyecto, libros y artículos de revistas relacionados con temas de administración que se trabajaron a lo largo de la investigación; sin embargo, también se hizo uso de fuentes secundarias ya que se consultaron varias páginas de internet para obtener la información plasmada a lo largo del documento.

6.1.5 Variables de estudio

Variable Dependiente

“La variable dependiente es el resultado medido que el investigador usa para determinar si los cambios en la variable independiente tuvieron un efecto, esta varía y es la consecuencia de otra variable, llamada independiente, puede ser continua o categórica” (Kerlinger y Lee 2002,).

La variable dependiente para esta investigación es la factibilidad.

Según Varela (2010), “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Variable Independiente

Dentro de los estudios no experimentales se convierte en la que tiene o guarda relación lógica con la variable dependiente (Kerlinger y Lee, 2002). En términos claros es lo que nosotros controlamos o hacemos dentro de un experimento.

Para este estudio la variable independiente es el plan de negocios en la microempresa Ferretería “Chalo”.

Un plan de negocios es una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación que coadyuve a seleccionar el camino adecuado para el logro de metas y objetivos. Asimismo, el plan de negocios es un medio para concretar ideas; es una forma de poner las ideas por escrito, en blanco y negro, de una manera formal y estructurada, por lo que se convierte en una guía de la actividad diaria del emprendedor (Alcaraz, 2011).

6.1.6 Población y Muestra

Población

Para Hernández (2012), una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”. Es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las entidades de la población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.

El universo de la cabecera municipal de San Simón de Guerrero, México según INEGI (2020) es de 6,692 habitantes, de los cuales se considera que 4,217 son personas mayores de 18 años considerando hombres y mujeres, representando un 63% de la población en general y la cual se encuentra económicamente activa.

Muestra

“La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que se le llama población (Tamayo, 1998).

Para el cálculo de la muestra se tomó como referencia la fórmula planteada por Spiegel (1992) que a continuación se desarrolla:

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población (6,692) Z²=Nivel de confianza (0.95)

p= Variabilidad positiva (0.5) q= Variabilidad negativa (0.5) e²= Precisión o error (0.05)

Desarrollando la fórmula planteada la muestra es la siguiente:

$$n= \frac{(0.95)^2(6,692)(0.5)(0.5)}{(6,692)(0.05)^2+(0.95)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n= \frac{1509.8825}{16.9675}$$

$$n= 89$$

La muestra será probabilística ya que todas las personas a partir de los 12 años de edad pueden participar en la aplicación de la encuesta. Por lo tanto, nuestro tamaño de muestra en base a la formula planteada por Spiegel (1992) será de 89 encuestas, utilizando el cuestionario como método de recolección de datos, manejando un margen de error del 5% a un nivel de confiabilidad del 95% en los resultados obtenidos.

Características del segmento del mercado:

- Son personas económicamente activas.
- Las mujeres tienen una participación menor que los hombres en la compra de algún producto ferretero sin embargo adquieren cualquier artículo para para el desarrollo de sus actividades en el hogar
- Los hombres representan el sector económico más fuerte por lo tanto son los que tienden a consumir en grandes cantidades, generalmente para construcción.

6.1.7 Recursos

Sin duda alguna para llevar a cabo este plan de negocios se requerirá de ciertos recursos que facilite la aplicación, recuperación, análisis y procesamiento de datos e información que permitan llevar a cabo dicho proyecto, de los cuales se menciona a continuación.

Humanos

Primeramente, se necesitará la participación de los investigadores, es decir los alumnos egresados de la Licenciatura en Administración de la Unidad Académica Profesional Tejupilco José María Sánchez Cruz, Olileidi Peña Domínguez y Emmanuel Arcieniega López, así mismo, de la asistencia de la Dra. en C. Adm. María del Carmen Domínguez Ramírez y a mi Coasesor el Dr. en C. Felipe de Jesús González Razo en conjunto con la Dra. en C. Adm. Denia Benítez Salinas y la Lic. en A. Ana Lilia Ramírez Olivos ambas profesoras de la Licenciatura asignadas para la revisión del proyecto. Además, se necesitará de la colaboración de la población de la cabecera municipal de San Simón de Guerrero como elemento principal para esta investigación ya que será ella quien determine si el plan de negocios será viable o de lo contrario buscar otras estrategias que se adapten a las nuevas necesidades que demandan los negocios.

Tecnológicos

De igual forma para llevar a cabo el proyecto se necesitará de dos equipos de cómputo que permita redactar toda la estructura del proyecto, así como el procesamiento de datos estadísticos una vez aplicadas las encuestas.

Financieros

Por otro lado, cabe destacar que toda investigación de campo se requiere de cierto recurso financiero que permita solventar todos aquellos gastos que se necesitan cubrir para hacer posible el presente proyecto de los cuales se calculan aproximadamente de la siguiente manera:

- Gastos de luz \$100
- Gastos de Internet \$500
- Comida \$500
- Transporte \$500

VII. Plan de Negocios en la microempresa Ferretería “Chalo”

VII. Plan de negocios en la microempresa: Ferretería “Chalo”

7.1 Naturaleza del proyecto

1.1.1 Descripción de la empresa

La microempresa Ferretería “Chalo” cuenta con un RFC: CUSM580223RH3, es una microempresa de giro comercial ubicada en Calle Benito Juárez No. 7, Barrio Santa Rosa, San Simón de Guerrero, Estado de México. Ofrece su servicio en un horario de 9:00 am a 18:00 hrs. de lunes a viernes, con atención personal del señor Gonzalo Morales Cruzalta, propietario de la microempresa, razón por la cual, carece de servicio a domicilio.

Algunos de los productos que “Ferretería Chalo” ofrece son:

- Abrazaderas
- Accesorios de soldadura
- Cables
- Grapas
- Llaves
- Taladros y/o accesorios
- Accesorios de baño
- Bisagras
- Cintas adhesivas
- Productos PVC
- Fusibles
- Materiales de construcción
- Accesorios de cerrajería
- Bombas
- Clavos (madera y concreto)
- Productos CPVC
- Mallas
- Mangueras
- Artículos eléctricos
- Calentadores de agua
- Lijas
- Válvulas
- Tornillería
- Tuercas

Dichos productos cuentan con la mejor calidad en el mercado, ya que la marca predominante es Truper y algunas marcas derivadas que son: Foset, Fiero, Volteck, Pretul y Hermex.

La microempresa cuenta con un logo oficial que es un tecolote elegido por gustos personales del propietario, de igual manera ofrece el servicio de ventas a crédito a corto plazo y un correo electrónico que es: adriana.morales03@icloud.com, así como los siguientes números telefónicos para consultas de existencia de material o pedidos de artículos que se presentan a

continuación: (722) 664-64-23, (722) 101-93-26, (722) 231-2656. Por otra parte, carece de un eslogan, no ofrece promociones ni publicidad, servicio a domicilio, entre otros.

7.1.2 Misión

Somos una empresa especializada en el sector ferretero, que comercializa herramientas para la construcción, uso industrial y del hogar, procurando siempre brindar el mejor de los servicios al cliente satisfaciendo sus necesidades, deseos y expectativas contribuyendo al desarrollo económico y social de la región del municipio de San Simón de Guerrero, ofreciendo y garantizando productos de calidad.

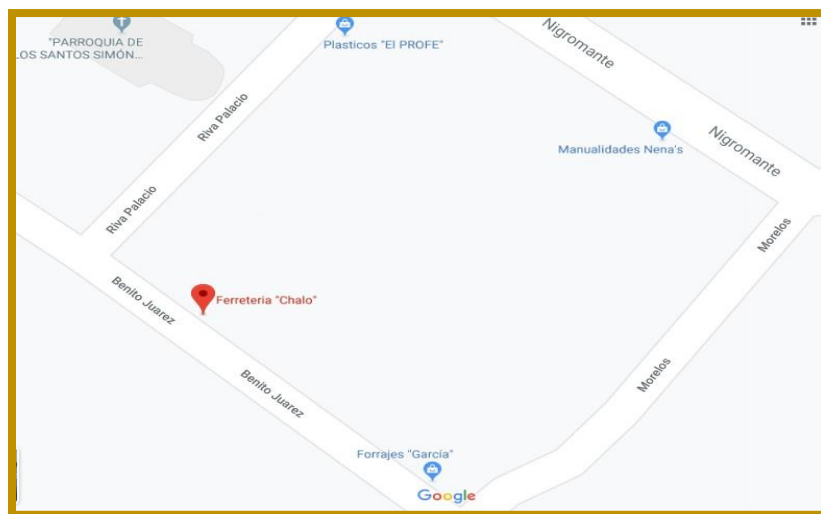
7.1.3 Visión

Ser una empresa líder en el municipio de San Simón de Guerrero en cuanto a la venta de materiales de construcción y ferretería en general buscando superar las expectativas de nuestros clientes, ampliando nuestro catálogo de productos, así como nuestro equipo de trabajo, implementando nuevos servicios a fin de proyectarnos como una compañía competitiva que sea de gran aporte para el crecimiento económico de nuestra región.

7.1.4 Dirección y croquis

Ferretería “Chalo” se ubica en Calle Benito Juárez No 7, del Barrio Santa Rosa, San Simón de Guerrero, Estado de México, atrás de la parroquia Santo Simón y Judas Tadeo, a un costado de la calle Nigromante, entre la Calle Morelos y Riva Palacios.

Figura 1. Localización de la Ferretería



Fuente: <https://www.google.com/maps/place/Ferreteria+%22Chalo%22/@19.0224538,-100.0078714,20z/data=!4m5!3m4!1s0x85cd7162b391b9e1:0xc5265e8352fb3185!8m2!3d19.0223558!4d-100.0079468>

7.1.5 Análisis FODA

El análisis FODA según Chiavenato (2003) es un instrumento de planificación estratégica, por lo general se usa como parte de hacer una exploración del entorno, que ayudan a identificar los factores externos (Oportunidades y Amenazas) que deben ser previstos, y los factores internos (Fortalezas y Debilidades) que necesitan ser planificadas en determinación de que una empresa debe ir en un futuro.

En la Tabla 1 se plantea el siguiente análisis FODA de la Ferrería “Chalo” el cual permite tener un panorama situacional sobre la empresa.

Tabla 1. Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ CALIDAD DE PRODUCTOS ✓ EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTO EN EL SECTOR FERRETERO ✓ PRECIOS COMPETITIVOS ✓ UBICACIÓN ESTRATÉGICA ✓ VARIEDAD DE PRODUCTOS ✓ BUENA ATENCIÓN Y SERVICIO DIRECTO AL CLIENTE ✓ ACTIVIDAD DE COMPRA-VENTA DIRECTA CON PROVEEDORES 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ACCESO A FINANCIAMIENTOS ✓ EXPANSIÓN DEL NEGOCIO ✓ ACUERDOS CON LAS AUTORIDADES PÚBLICAS PARA PROVEER MERCANCÍAS ✓ ADQUISICIÓN DE TECNOLOGÍAS Y SOFTWARE. ✓ VENTA AL MAYOREO
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ INEFICIENCIA EN EL MANEJO DE INVENTARIOS ✓ REZAGO EN EL USO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS ✓ FALTA DE PERSONAL ✓ FALTA DE PUBLICIDAD ✓ IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO A DOMICILIO 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ INFLACIÓN DE PRECIOS ✓ AUMENTOS ARANCELARIOS EN LOS PRODUCTOS Y A EMPRESAS ✓ COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA ✓ INSEGURIDAD SOCIAL ✓ SATURACIÓN DEL MERCADO ✓ CAMBIO EN LAS NECESIDADES Y PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES

Fuente: Elaboración propia.

7.1.6 Ventajas y distingos competitivos

Ventaja competitiva: Características del producto y/o servicio que lo distinguen, lo que respalda su aceptación en el mercado; usualmente estas particularidades son elementos que los hacen "únicos" en comparación con otros ya existentes en el mercado (Alcaraz, 2011).

Distingo competitivo: Elementos que constituyen la estrategia de la compañía, que le proporcionan beneficios imagen de la misma y que, en un instante específico, determinarían las inclinaciones del consumidor hacia los productos y/o servicios de la compañía que los ofrece (Ibídem).

En la siguiente Tabla 2 se ilustran las ventajas y distingos competitivos de la Ferretería “Chalo” como a continuación se muestra:

Tabla 2. Ventajas y distingos competitivos

VENTAJAS	DISTINGOS
<ul style="list-style-type: none">• PRODUCTOS DE CALIDAD• VARIEDAD DE PRECIOS• ASESORÍA SOBRE LOS PRODUCTOS• ENTREGA DE PRODUCTOS AL MOMENTO• PRECIOS ACCESIBLES AL CLIENTE	<ul style="list-style-type: none">• VENTAS A CRÉDITO• UBICACIÓN ACCESIBLE• GARANTÍAS DE PRODUCTOS• CUENTA CON ESTACIONAMIENTO• ENTREGA Y REPARTO A DOMICILIO• ANTIGÜEDAD DEL NEGOCIO

Fuente: Elaboración propia.

7.2 Estudio de Mercado

7.2 Estudio de Mercado

7.2.1 Objetivo

Desarrollar un estudio de mercado para conocer las expectativas de los clientes y la competencia; así como implementar técnicas de mercadotecnia en la ferretería “Chalo”, ubicada en San Simón de Guerrero, México.

7.2.2 Estudio de mercado

La investigación de mercados tiene una contrariedad para diversos autores, por la razón de que cada uno ha desarrollado métodos distintos, de acuerdo con Fisher y Espejo (2011), el estudio de mercado es un proceso táctico en la recolección de información e interpretación de datos, que ayuda a la dirección de la entidad y/o individuo, a garantizar la toma de decisiones mejor conveniente.

También un estudio de mercado implica reunir, planificar, examinar y transmitir de forma sistemática los datos pertinentes a la circunstancia de mercado que en concreto está enfrentando (Kotler, Bloom y Hayes, 2004).

Entonces se puede tener en cuenta la consideración de mercados como el inicio del proceso de marketing mediante el que se pueden alcanzar los objetivos de la empresa y es crucial reconocer las demandas que el mercado tiene.

La herramienta que se utilizó para recopilar la información fue una encuesta que se aplicó en el municipio de San Simón de Guerrero.

7.2.3 Tamaño de mercado

Población

En el marco de esta investigación, se determinó que la población de estudio es un grupo de casos específicos, limitados y accesibles, que servirá como referencia para la selección de la muestra, y que satisface una serie de criterios preestablecidos. (Arias-Gómez et al 2016).

Una población, refiere Hernández (2012) como “el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”. Es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las entidades de la población poseen una característica común la cual se estudia y se da origen a los datos de la investigación.

El universo de la cabecera municipal de San Simón de Guerrero, México según INEGI (2020) es de 6, 692 habitantes de los cuales se considera que 4, 217 son personas mayores de 18 años considerando hombres y mujeres, representando un 63% de la población en general y la cual se encuentra económicamente activa.

Muestra

“La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que se le llama población (Tamayo, 1998).

Para el cálculo de la muestra se tomó como referencia la fórmula planteada por Spiegel (1992) que a continuación se desarrolla:

$$n = \frac{Z_a^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2(N-1) + Z_a^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde: n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población (6,692)

Z²=Nivel de confianza (0.95)

p= Variabilidad positiva (0.5)

q= Variabilidad negativa (0.5)

e²= Precisión o error (0.05)

Desarrollando la fórmula planteada la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{(0.95)^2(6,692)(0.5)(0.5)}{(6,692)(0.05)^2 + (0.95)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{1,509.88}{16.95}$$

$$n = 89$$

La muestra será probabilística ya que todas las personas a partir de los 18 años de edad pueden participar en la aplicación de la encuesta sea hombre o mujer. Por lo tanto, nuestro tamaño de muestra en base a la formula planteada por Spiegel (1992) será de 89 encuestas, utilizando el cuestionario como método de recolección de datos, manejando un margen de error del 5% a un nivel de confiabilidad del 95% en los resultados obtenidos.

Características del segmento del mercado:

- Son personas económicamente activas.
- Las mujeres tienen una participación menor que los hombres en la compra de algún producto ferretero sin embargo adquieren cualquier artículo para el desarrollo de sus actividades en el hogar
- Los hombres representan el sector económico más fuerte por lo tanto son los que tienden a consumir en grandes cantidades, generalmente para construcción.

7.2.4 Participación de la competencia

Concepto

De acuerdo con Gil, (2024) se considera como competencia a las organizaciones que ofrecen productos o servicios similares, o que se dirigen al mismo público consumidor, compiten por los clientes, los ingresos y la cuota de mercado. Es la lucha por atraer y mantener a los clientes, generar ingresos y aumentar la cuota de mercado.

La competencia puede ser un signo de un mercado saludable y rentable, y a menudo mejora la calidad general de los productos y servicios disponibles, ya que anima a las organizaciones a mejorar sus operaciones, satisfacer las necesidades de sus clientes y desarrollar sus relaciones con ellos (Ibidem).

Tabla 3. Análisis de la competencia

NOMBRE DEL COMPETIDOR	UBICACIÓN	PRINCIPAL VENTAJA COMPETITIVA	ACCIONES PARA POSICIONARSE
MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN ZACATEPEC S.A. DE C.V.	Carretera Tejupilco - Amatepec S/N, Zacatepec, CP 51412, Tejupilco de Hidalgo, México.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ubicación ○ Variedad de productos ○ Antigüedad de servicio. 	SE PROPONDRÁN ACTIVIDADES PUBLICITARIAS, ASÍ COMO DE PROMOCIONES, DE LA MISMA MANERA
FERRETERÍA “EL CUATE S.A. DE C.V.”	Av. Cristóbal Hidalgo 127, CP 51400, Tejupilco de Hidalgo, México.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Extensa variedad de productos ○ Precios accesibles ○ Asesorías profesionales ○ Servicio de estacionamiento y entrega a domicilio. 	SUGERENCIAS SOBRE CAPACITACIÓN PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y ESTRATEGIAS DE INVERSIÓN DE MÁS PRODUCTOS, ADHERIR SERVICIOS COMO DE ENTREGAS A DOMICILIO, PROPUESTA PARA UNA MEJOR IMAGEN DEL ESPACIO FÍSICO DEL NEGOCIO.
FIX “FERRETERÍAS TEJUPILCO S. A DE C.V.”	Libramiento Oriente, km 2, s/n, Rincón de López, CP 51400, Tejupilco de Hidalgo, México.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Buena atención al cliente. ○ Amplio surtido de productos. ○ Precios casi de fábrica. 	
FERRETERÍA “VILLA S.A. DE C.V.”	Av. Cristóbal Hidalgo 98, CP 51400, Tejupilco de Hidalgo, México.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Antigüedad de servicio. ○ Ubicación ○ Variedad de productos. ○ Servicio a domicilio. 	
DISTRIBUIDORA “ZAPATA S.A. DE C.V.”	Boulevard de los Planetas, S/N, Col del Sol, CP 51412, Tejupilco de Hidalgo, México.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ubicación ○ Atención al cliente ○ Servicio a domicilio 	
MATERIALES “LOS GEMELOS”	Calle el calvario, S/N, barrio Santa Rosa, San Simón de Guerrero, México.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ubicación. ○ Amplio horario de servicios. ○ Servicio a domicilio. ○ Atención al cliente. ○ Antigüedad en el servicio. 	
FERRETERÍA “MATERIALES SAN JOSÉ”	Calle del Puente, S/N, Barrio SanJosé, San Simón deGuerrero, México.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Fabricación de sus propios materiales de construcción. ○ Servicio a domicilio. ○ Amplia variedad de productos. ○ Horarios accesibles ○ Precios competitivos 	
FERRETERÍA “VILLA S.A DE C.V”	CALLE RIVA PALACIOS, S/N, BARRIO SANTA ROSA, SAN SIMÓN DE GUERRERO, MÉXICO.	<ul style="list-style-type: none"> ○ VARIEDAD EN PRODUCTOS ○ CALIDAD DE PRODUCTOS. ○ SERVICIO A DOMICILIO 	

Fuente: Elaboración propia.

En el municipio de San Simón de Guerrero existen 3 competidores directos en la comercialización de artículos de ferretería y materiales para la construcción que son Materiales “Los Gemelos”, Ferretería “Materiales San José” y Ferretería “Villa S.A de C.V”, sin embargo, las desventajas con las que cuentan estas micro empresas es la accesibilidad de precios, acceso a créditos, malas relaciones sociales, por mencionar algunas.

Por lo tanto, el propósito de la Ferretería “Chalo” es apropiarse de las desventajas de nuestros competidores para seguir creciendo y mejorando en el mercado comercial satisfaciendo las necesidades de los consumidores del municipio de San Simón de Guerrero, México.

Encuesta

Para efectos de la investigación se realizará primero un estudio de mercado, aplicando un cuestionario escrito y diseñado por los alumnos: Emmanuel Arciniega López, Olileidi Peña Domínguez, José María Sánchez como se muestra en el Anexo 1. Cuestionario en el apartado de Anexos.

De acuerdo con Arias (2012), el cuestionario es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel o electrónico contentivo a una serie de preguntas.

Dicho cuestionario está constituido primeramente por un objetivo visible al encuestado para su inmediata aprobación, posteriormente dentro de los datos generales se enuncian dos variables importantes como el sexo y la edad, después se menciona claramente las instrucciones para el correcto llenado de la encuesta. Por último, dicho instrumento presenta 8 ítems o preguntas que miden la importancia de distintas variables que influyen en la determinación del nivel de consumo de productos de ferretería y materiales de construcción de la Ferretería “Chalo” en el municipio de San Simón de Guerrero, México.

Para las posibles respuestas se hizo uso de la escala de Likert ya que según Hernández (1997) dicha escala consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se pide la respuesta de los sujetos a los que se les aplica; las respuestas se traducen a cuatro opciones las cuales son: nada importante, poco importante, algo importante, importante y muy importante, así mismo se ofrecen las opciones de: nada, poco, bastante y mucho, finalmente se brinda la opción cerrada de si y no para preguntas más concretas.

Aplicación de la encuesta

El cuestionario aplicado para dicho proyecto constó de ocho ítems, los cuales determinaron el nivel de consumo de productos de ferretería y materiales de construcción de la Ferretería “Chalo”. Las encuestas se aplicaron a una muestra de 89 habitantes por tres personas (Emmanuel Arcieniega, Olileidi Peña y José María Sánchez) de manera directa (encuestador-encuestado); así mismo, dicho instrumento se distribuyó únicamente a la población de la cabecera municipal de San Simón de Guerrero en la primera semana del mes de diciembre del año 2024.

Conclusiones del estudio realizado

1. Frecuencia con la que construyen o remodelan

Tabla 4. Respuestas pregunta 1

RESPUESTA	TOTAL	
	Cantidad	%
CADA SEIS MESES	30	60%
ANUALMENTE	9	18%
CADA DOS AÑOS	7	14%
CADA 5 AÑOS	4	8%
TOTAL	50	100%

Fuente. Elaboración propia.

2. Ingresos destinados para construir o remodelar

Tabla 5. Respuestas pregunta 2

RESPUESTA	TOTAL	
	Cantidad	%
\$100 A \$500	4	40%
\$600 A \$2,000	20	32%
\$3,000 A \$5,000	16	20%
MÁS DE \$6,000	10	8%
TOTAL	50	100%

Fuente. Elaboración propia.

3. Modalidad de compra

Tabla 6. Respuestas pregunta 3

RESPUESTA	TOTAL	
	Cantidad	%
CONTADO	44	88%
CRÉDITO	6	12%
TOTAL	50	100%

Fuente. Elaboración propia.

4. Productos que más adquiere para su construir o remodelar

Tabla 7. Respuestas pregunta 4

RESPUESTA	TOTAL	
	Cantidad	%
ELÉCTRICA	7	14%
HERRAMIENTA	3	6%
CERRAJERÍA	1	2%
TUBERÍA	2	4%
MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	37	74%
TOTAL	50	100%

Fuente. Elaboración propia.

5. Medio de comunicación por el cual conoció la Ferretería “Chalo”

Tabla 8. Respuestas pregunta 5

RESPUESTA	TOTAL	
	Cantidad	%
RADIO	0	0%
REFERENCIAS DE PERSONAS	50	100%
PERIÓDICO	0	0%
TOTAL	50	100%

Fuente. Elaboración propia.

6. Adquisición de los productos con base a los siguientes elementos

Tabla 9. Respuestas pregunta 6

RESPUESTA	TOTAL	
	Cantidad	%
PRECIO	12	24%
CALIDAD DE PRODUCTOS	10	20%
TIEMPO DE ENTREGA	7	14%
VARIEDAD DE PRODUCTOS	2	4%
UBICACIÓN	19	38%
TOTAL	50	100%

Fuente. Elaboración propia.

7. Evaluación del servicio de atención al cliente en la Ferretería “Chalo”

Tabla 10. Respuestas pregunta 7

RESPUESTA	TOTAL	
	Cantidad	%
MUY BUENO	6	12%
BUENO	44	88%
MALO	0	0%
MUY MALO	0	0%
TOTAL	50	100%

Fuente. Elaboración propia.

8. Sugerencias de mejora en la Ferretería “Chalo”

Tabla 11. Respuestas pregunta 8

RESPUESTA	TOTAL	
	Cantidad	%
PUBLICIDAD	6	12%
PROMOCIONES	4	8%
NUEVO DISEÑO DE LAS INSTALACIONES	1	2%
VARIEDAD DE PRODUCTOS	29	58%
TODAS LAS ANTERIORES	10	20%
TOTAL	50	100%

Fuente. Elaboración propia.

7.3 Producción

7.3 Producción

7.3.1 Objetivo

Determinar los requerimientos necesarios para la transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos productos o servicios requeridos por los consumidores y a su vez describir el proceso de producción requerido.

7.3.2 Descripción del proceso de producción o prestación del servicio

Proceso de prestación del servicio de Ferretería “Chalo”

Tabla 12. Descripción del proceso de compra

PASO	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	TIEMPO
1	Revisión del inventario existente.	Encargado general	30 MIN
2	Proceso de solicitudes de materiales.	Encargado general	30 MIN
3	Envío del pedido de materiales.	Encargado general	15 MIN
4	Recibo del pedido de materiales.	Encargado general	20 MIN
5	Recepción de la mercancía.	Encargado general	60 MIN
6	INSPECCIÓN DE LA MERCANCÍA.	ENCARGADO GENERAL	60 MIN

Fuente: Elaboración propia (2019) con base a investigación de campo.

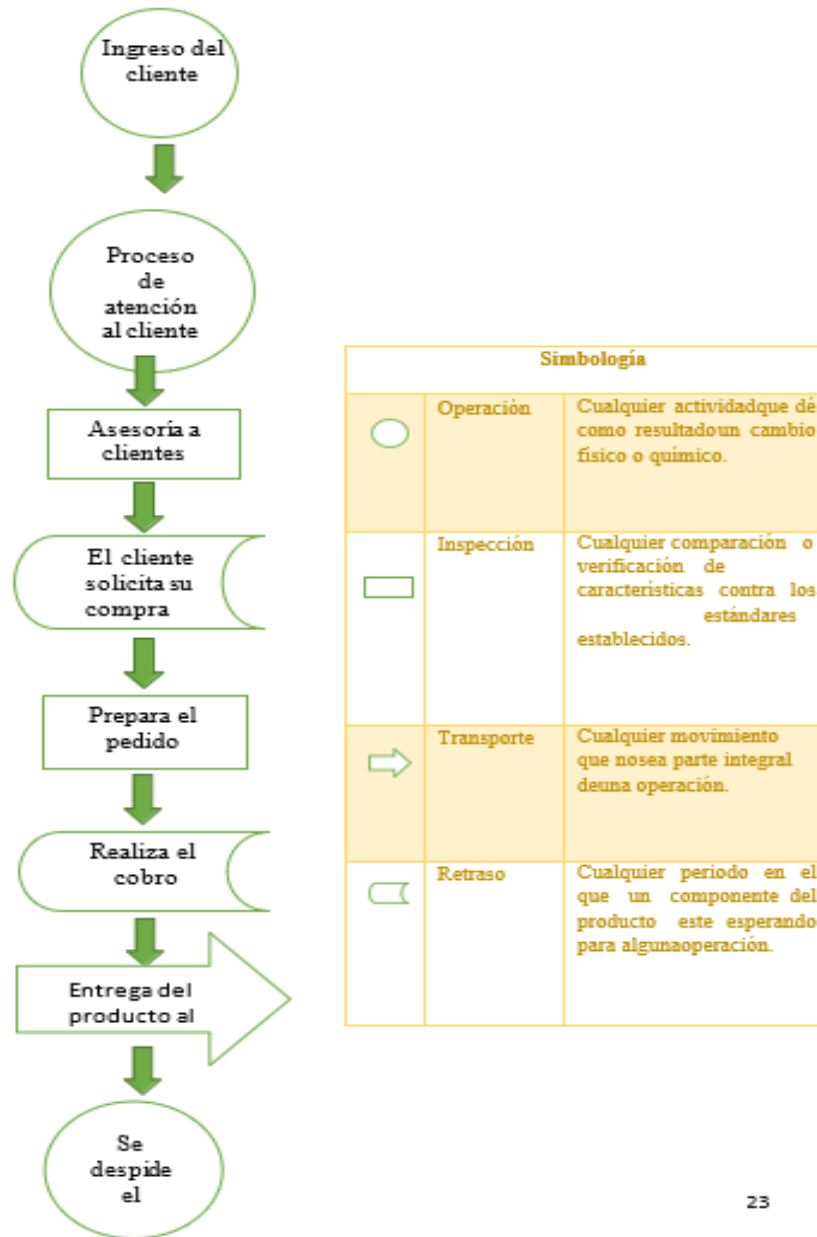
Tabla 13. Descripción del proceso de venta

PASO	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	TIEMPO
1	Ingreso del cliente	Cliente	3 MIN
2	Proceso de atención al cliente	Vendedor	5 MIN
3	Asesoría de los clientes	Vendedor	10 MIN
4	El cliente solicita su pedido	Cliente	5 MIN
5	Preparación del pedido	Vendedor	10 MIN
6	Realización del cobro	Vendedor	5 MIN
7	ENTREGA DEL PRODUCTO AL CLIENTE	VENDEDOR	5 MIN

Fuente: Elaboración propia (2019) con base a investigación de campo.

7.3.2 Diagrama de flujo de proceso

Figura 2. Diagrama de flujo de proceso.



Fuente: Elaboración propia.

7.3.3 Características de la tecnología

La ferretería “Chalo” no cuenta con equipos tecnológicos que le puedan ayudar con la comercialización de sus productos, solo cuenta con una línea telefónica. A continuación, hacemos una propuesta de tecnología para el negocio:

Computadora: esta servirá para poder crear un sistema de inventarios y registrar de manera más sencilla las entradas y salidas de las mercancías, buscar otros proveedores, realizar compras por internet, entre otras funciones más, de la misma manera con esta herramienta y una vez instalado el software para sus ventas, esta le permitirá enviar sus tickets de ventas, así como generar sus facturas, si los clientes lo requieran, desde aquí mismo podrá tener acceso a toda la información de su empresa.

Impresora: para poder imprimir los documentos que se requieran en el momento desde las facturas como sus reportes financieros, como sus cotizaciones, entre otros.

Impresora de ticket: esta máquina te permitirá la impresión de los ticket de ventas.

El lector de código: este aparato le facilitara la búsqueda de la mercancía en el sistema mediante el escáner de código de barras del producto.

Internet: el servicio a una red de internet te permitirá navegar en sitios web, realizar búsquedas y ayudará a los que los sistemas y equipos antes mencionados a un mejor funcionamiento de manera más rápido y eficiente.

Cámaras: la instalación de cámaras te ayuda a la vigilancia y supervisión de las actividades que se realicen en la empresa, durante la jornada laboral y después.

Estos son los elementos que serían más necesarios para comenzar con la implementación de tecnología en el negocio.

7.3.4 Equipo e instalaciones

Tabla 14. Equipo, herramientas e instalaciones que empleara ferreteria “Chalo”

EQUIPO	CANTIDAD	MARCA
COMPUTADORA	1	HP 8200 ELITE
MODEM	1	HP LIFE 2.8
IMPRESORA	1	HP
LÍNEA TELEFÓNICA	1	TELMEX
MUEBLES DE OFICINA	2	MARCA
ESCRITORIO	1	
SILLAS	2	

Fuente: Elaboración propia.

La ferreteria solo cuenta con los muebles de oficina ya mencionados y se propone adquirir el equipo tecnológico para ser más eficiente en el manejo de sus ventas e inventarios.

7.3.5 Materia prima

Tabla 15. Materia prima que necesita Ferreteria “Chalo”

MATERIA PRIMA	CANTIDAD
VARILLA	1 TONELADA
CEMENTO BLANCO	200 BULTOS
ALAMBRÓN	½ TONELADA
ALAMBRE	300 KG
LAZO	300 KG
CLAVO	200 KG

Fuente: Elaboración propia.

7.3.6 Identificación de proveedores y cotizaciones

Tabla 16. Selección de proveedores

MATERIA PRIMA	PROVEEDOR	PRECIO	CALIDAD	PROVEEDOR SELECCIONADO
VARILLA	Truper ComercialFerrecolor	\$2,760.00/Tonelada	Buena	X
CEMENTO BLANCO	Construrama, Toluca.	\$202.00/Pieza	Buena	X
ALAMBRÓN		\$600.00/Tonelada	Buena	
ALAMBRE RECOCIDO		\$45.00/Kg	Buena	
LAZO (19MM)		\$1945.00/25 Kg	Buena	
CLAVO			REGULAR	

Fuente: Elaboración propia.

7.3.7 Compras

Tabla 17. Requisición de compra

PROVEEDOR	ORDEN DE COMPRA NÚM.
EMPRESA SOLICITANTE:	FECHA DE PEDIDO:
DIRECCIÓN:	FECHA DE ENTREGA:
	TEL. Y FAX:
CANTIDAD	Precio
Concepto	IMPORTE

Fuente: Elaboración propia.

7.3.8 Capacidad Instalada

Tabla 18. Capacidad instalada

PERIODO	CANTIDAD DE PRODUCTO
1 DÍA	100 UNIDADES
1 SEMANA	500 UNIDADES
1 MES	1500 UNIDADES

Fuente: Elaboración propia.

Las unidades pueden ser de cualquiera de nuestras materias primas.

7.3.9 Manejo de inventarios

Tabla 19. Punto de orden de materia prima en Ferretería “Chalo”

MATERIA PRIMA	CANTIDAD
VARILLA	1 TONELADA
CEMENTO BLANCO	200 BULTOS
ALAMBRÓN	½ TONELADA
ALAMBRE	300 KG
LAZO	300 KG
CLAVO	200 KG

Fuente: Elaboración propia.

7.3.10 Diseño y distribución de las áreas de la empresa

Figura 3. Distribución de la Ferretería “Chalo”

Escaleras y Sanitarios	Materiaprimas	Llantas
Clavos	Pasillo	Foset
CPVC y PVC		Hermex
Volteck		Fiero
Mostrador		Pretul
		Mostrador

Fuente: Elaboración propia.

La anterior figura muestra la distribución de la planta, en la que se ubica la exhibición de las mercancías, artículos y productos del negocio, así como el área de sanitarios, escaleras, materias primas, área de caja.

7.3.11 Mano de obra requerida

Para garantizar el servicio de la ferretería Chalo se requiere de un equipo de trabajo capacitado. A continuación, se presenta la estructura de personal necesaria:

Tabla 20. Características de la mano de obra y personal

ACTIVIDAD / PUESTO	NÚM. DE PERSONAS	TIPO DE HABILIDAD / PERFIL REQUERIDO
ADMINISTRADOR GENERAL	1	LIC. EN ADMINISTRACIÓN.
VENTAS	1	EXPERIENCIA EN VENTAS, ATENCIÓN A CLIENTES, MANEJO DE INVENTARIOS.
CHOFER	1	MANEJO DE CAMIONES DE CARGA, LICENCIA DE CONDUCIR, RESPONSABILIDAD.

Fuente: Elaboración propia.

Total, de colaboradores directos: 3 personas

7.3.12 Procesos de mejora continua

Este proceso nos permitirá garantizar la calidad del servicio, implementando una mejora continua que cumpla con las especificaciones establecidos, asegurando un servicio de calidad. A continuación se describen algunas propuestas de mejora.

1. Es importante otorgar capacitación continua del personal en materia de atención y servicio al cliente, así como un adiestramiento en identificación de los productos de la ferretería, así como su uso y aplicación de los mismos.
2. Actualización semestral de los inventarios de los productos.
3. Promover marketing digital a través de redes sociales.
4. Implementar un programa de venta, para un mejor control de ventas, ingresos y egresos.
5. Revisar periódicamente los estados financieros de la empresa, para una toma de decisiones.
6. Realizar un análisis del mercado, sobre las necesidades actuales del giro, con la finalidad

de implementar nuevos productos al mercado local.

7.3.13 Programa de producción

El programa de producción, o en este caso, el programa de para poder ofrecer del servicio, es la planificación de todas las operaciones necesarias para asegurar el cumplimiento de los objetivos de la empresa antes y durante el inicio de la prestación del servicio.

A continuación, se presenta el diagrama de Gantt con las actividades indispensables, cuando se inició a operar la ferretería Chalo.

Tabla 21. Cronograma de Programa de producción



Fuente: Elaboración propia (2025).

Periodo total de preparación: 4 meses

7.4 Organización

7.4 Organización

7.4.1 Objetivo

Definir la distribución de las funciones y responsabilidades entre el personal, facilitando la colaboración efectiva y el cumplimiento de las metas establecidas en cada área funcional, gestionando los procedimientos administrativos y legales necesarios para la formalización de la Ferretería Chalo.

7.4.2 Estructura Organizacional

La estructura organizacional permite definir la forma en la que la Ferretería está definida, a fin de operar adecuadamente.

Tabla 22. Formato para definir los procesos operativos de la empresa

ÁREA	ACTIVIDADES	REQUISITOS ESPECIALES	PERIODICIDAD/ TIEMPO
ADMINISTRADOR GENERAL	Supervisar operaciones diarias, dirigir las decisiones de la empresa.	Habilidades de liderazgo, gestión de equipos multidisciplinarios, resolución de conflictos	Diaria / Tiempo completo
VENTAS	Dar la atención personalizada a los clientes y generar las ventas y transacciones.	Conocimientos en software para punto de venta, organización y capacidad de interacción.	Diaria / Tiempo completo
OPERADOR	Responsable de la entrega de pedidos a domicilio.	Conocimientos para manejar unidad de tres toneladas.	Tiempo completo

Fuente: Elaboración propia (2025).

La descripción de cada puesto es fundamental, en él se especifican los requisitos básicos y las actividades generales que se tienen que desarrollar.

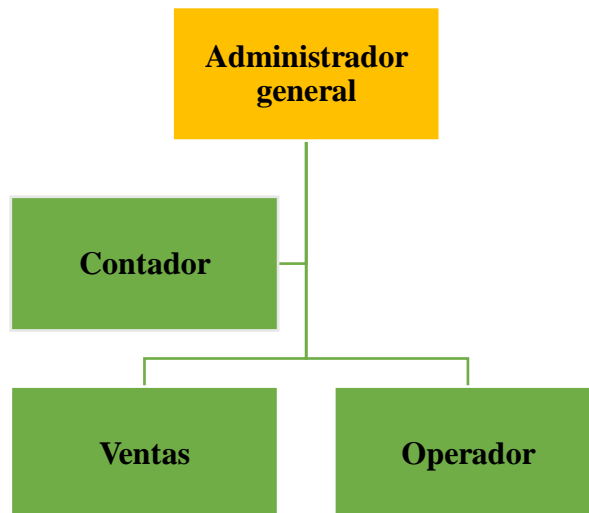
Tabla 23. Formato para la descripción de puestos

ADMINISTRADOR GENERAL	Propietario	Dirigir equipos, supervisar operaciones, comunicación con familias	A
VENTAS	Lic. en Administración y/o Contaduría	Planificación financiera, control presupuestario, gestión de tesorería	B
OPERADOR	Habilidad para conducir autos de tres toneladas	Conocimientos para manejar unidad de tres toneladas.	C
CONTADOR	Lic. en Administración y/o Contaduría	Realizar la contabilidad de la empresa	B

Fuente: Elaboración propia (2025).

El siguiente organigrama muestra la estructura básica de la Ferretería Chalo, donde se distribuyen las principales funciones y responsabilidades, permitiendo una comunicación directa y una buena coordinación entre las áreas.

Figura 4. Organigrama de Ferretería Chalo



Fuente: Elaboración propia (2025).

7.4.3 Funciones específicas por puesto

Es fundamental detallar las responsabilidades y el perfil requerido para cada puesto es por ello por lo que se establece el manual operativo por trabajador ayudando a que cada miembro comprenda su rol y sus labores a desarrollar.

Dicho lo anterior, se ha realizado el análisis de puestos de esta ferretería, en la cual se establecen el perfil del puesto, la función general, y se enlistan las funciones específicas que deberá desempeñar para garantizar la operación eficiente del negocio.

Descripción de puesto del administrador general

Función general: Dirigir, coordinar y controlar todas las actividades administrativas, financieras, operativas y humanas del asilo, garantizando el bienestar de los adultos mayores, el cumplimiento de las normas legales y sanitarias, y la eficiencia en el uso de los recursos disponibles.

Funciones específicas:

Tabla 24. Funciones específicas del administrador general.

A. PLANEACIÓN: ESTABLECER LOS OBJETIVOS INSTITUCIONALES DEL ASILO, DISEÑAR ESTRATEGIAS DE GESTIÓN Y ELABORAR PRESUPUESTOS ANUALES Y PLANES DE TRABAJO.

B. ORGANIZACIÓN: DEFINIR LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA, ASIGNAR RESPONSABILIDADES AL PERSONAL Y COORDINAR LOS RECURSOS HUMANOS, MATERIALES Y FINANCIEROS.

C. DIRECCIÓN: LIDERAR Y MOTIVAR AL PERSONAL, COMUNICAR METAS, SUPERVISAR LAS ACTIVIDADES DIARIAS Y GARANTIZAR UN AMBIENTE LABORAL ARMÓNICO Y ÉTICO.

D. CONTROL: SUPERVISAR EL CUMPLIMIENTO DE LOS PROCEDIMIENTOS, CONTROLAR GASTOS, VERIFICAR EL DESEMPEÑO DE LAS ÁREAS Y APLICAR MEDIDAS CORRECTIVAS CUANDO SEA NECESARIO.

E. EVALUACIÓN: ANALIZAR LOS RESULTADOS INSTITUCIONALES, MEDIR INDICADORES DE DESEMPEÑO, SATISFACCIÓN DE RESIDENTES Y CALIDAD DEL SERVICIO, IMPLEMENTANDO MEJORAS CONTINUAS.

F. COORDINACIÓN: UNIR Y ARMONIZAR LAS ACTIVIDADES Y LOS ESFUERZOS DEL EQUIPO MÉDICO, DE ASISTENCIA Y DE APOYO PARA QUE TRABAJEN DE FORMA INTEGRAL Y CONJUNTA, ASEGURANDO LA ENTREGA CONSISTENTE DEL PLAN DE CUIDADO PERSONALIZADO.

G. GESTIÓN DE PERSONAL: SUPERVISAR Y GESTIONAR LOS PROCESOS DE RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN, INDUCCIÓN Y CAPACITACIÓN CONTINUA DEL TALENTO HUMANO, GARANTIZANDO QUE TODO EL PERSONAL CUMPLA CON EL PERFIL Y LAS CERTIFICACIONES REQUERIDAS.

Fuente: Elaboración propia (2025).

Descripción de puesto de contador

Función general: Dirigir, planificar y controlar los recursos económicos, incluyendo la elaboración de presupuestos, el análisis financiero y la gestión de riesgos, para asegurar la estabilidad y apoyar las decisiones estratégicas del negocio.

Funciones específicas:

Tabla 25. Funciones específicas del contador.

A. REGISTRAR Y RECUPERAR ENTRADAS FINANCIERAS DE LA BASE DE DATOS FINANCIERA.

B. CONCILIAR LOS SALDOS DE LAS CUENTAS.

C. PREPARAR LAS FACTURAS Y LOS RECIBOS.

D. ASISTENCIA A OTRAS TAREAS ADMINISTRATIVAS, COMO ESTABLECER CITAS Y DIRIGIR LLAMADAS QUE NO ESTÁN NECESARIAMENTE RELACIONADAS CON LAS FINANZAS.

Fuente: Elaboración propia (2025).

Descripción de puesto auxiliar en ventas

Función general: procesar transacciones de compras y ventas del negocio, apoyando a los clientes a identificar productos, responder y resolver consultas o quejas, asimismo, llevar un control de mercancías e inventarios.

Funciones específicas:

Tabla 26. Funciones específicas del auxiliar en ventas.

A. INTERACTUAR Y ASISTIR: AYUDAR A LOS CLIENTES A ENCONTRAR PRODUCTOS, RESPONDER PREGUNTAS Y RESOLVER CONSULTAS O QUEJAS.

B. REALIZAR VENTAS: PROCESAR TRANSACCIONES Y MANEJAR DEVOLUCIONES.

C. GESTIÓN DE INVENTARIO: REPONER ESTANTES, ORGANIZAR Y ACOMODAR MERCANCÍA EN LA BODEGA Y REVISAR PRECIO

D. IDENTIFICAR OPORTUNIDADES: COLABORAR CON LOS VENEDORES PARA IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE VENTAS ADICIONALES

Fuente: Elaboración propia (2025).

Descripción de puesto de operador

Función general: transportar las mercancías, solicitadas por los clientes, hacer uso correcto de las unidades móviles a su cargo y apoyar en los servicios generales que requiera el administrador.

Funciones específicas:

Tabla 27. Funciones específicas del operador.

A. CONDUCIR LA UNIDAD CON TOLERANCIA, CUIDADO Y PRECAUCIÓN.

B. TRASLADAR LAS MERCANCÍAS DE LOS CLIENTES EN CONDICIONES FAVORABLES.

C. REALIZAR ENTREGA EN TIEMPO Y FORMA ACORDADA POR EL CLIENTE.

D. CUIDAR LAS UNIDADES A SU CARGO.

E. APOYAR EN LAS FUNCIONES QUE REQUIERA EL ADMINISTRADOR.

Fuente: Elaboración propia (2025).

7.4.4 Captación del personal

Reclutamiento

Para realizar el proceso de reclutamiento de posibles candidatos que requiera la Ferretería Chalo, se ha propuesto el uso de plataformas digitales locales, ya que se requieren personas con perfil técnico y profesional específico.

Tabla 28. Proceso de reclutamiento

FACEBOOK	Permite llegar a profesionales locales y desempleados con posibilidad de ocupar una vacante en Tejupilco y municipios cercanos.
OFICINA REGIONAL DE EMPLEO SEDE TEJUPLICO	Registro y publicación de vacantes gratuito. Ideal para puestos operativos como personal de cocina, limpieza y/o ayudante en general.

Fuente: Elaboración propia (2025).

Así mismo se ha establecido un presupuesto específico para cada medio de que se utilizara en el reclutamiento del personal.

Tabla 29. Presupuesto de reclutamiento

FACEBOOK (7 DÍAS - PUBLICIDAD SEGMENTADA):	\$300.00
OFICINA REGIONAL DE EMPLEO TEJUPILCO:	\$0.00
PRESUPUESTO TOTAL:	\$300.00

Fuente: Elaboración propia (2025).

Selección

El proceso que se seguirá para la selección de personal se realizará de la siguiente forma:

a) Solicitud de empleo

Esta será solicitada para los puestos operativos en este caso aplica para el puesto de operador, en el cual se incluyen los datos personales y básicos como experiencia laboral, simple y referencias personales. Utilizándose el formato básico que se conoce y utiliza comúnmente.

b) Currículum Vitae (CV)

Este será utilizado para el puesto de los profesionales, es decir, contador, debido a que se necesita detallar la información de manera más específica. No se utilizará un formato diseñado por la Ferretería, pero sí se sugiere especificar ciertos requisitos a cumplir en cuanto a presentación, tales como:

- ✓ Formato limpio y profesional
- ✓ Tipografía formal (Arial, Times New Roman, Calibri)
- ✓ Color base: Negro para el texto principal
- ✓ Colores opcionales (máximo 2): Dorado o Verde olivo
- ✓ Fotografía profesional

c) Entrevista

La entrevista es una herramienta fundamental porque permite conocer las habilidades, actitudes y valores de los candidatos de manera directa, por esta razón, todas las personas que aplican a un puesto serán entrevistadas. El Administrador General será el responsable de realizar las entrevistas.

d) Exámenes

Los exámenes nos ayudan a confirmar que los candidatos tienen los conocimientos. Esto nos asegura que el personal esté bien preparado y pueda ofrecer un servicio seguro y de calidad a los clientes.

Por eso, a los candidatos se les aplicarán exámenes psicométricos para evaluar su estabilidad emocional, los cuales serán aplicados por administrador general.

Contratación

Antes de que se establezca una relación laboral es importante determinar los compromisos legales que se adquieren en este proceso, por ello se han considerado las siguientes características:

a) Formas de contratación

De acuerdo con Alcaraz (2011), el contrato de trabajo es el documento legal con el que se registra a un trabajador en una empresa. Existen diversos tipos de contratos entre ellos, contrato por tiempo determinado, por tiempo indeterminado, por servicios profesionales, contrato eventual o de temporada y por obra determinada.

Una vez analizados los diferentes tipos de contratos se sugiere que la Ferretería Chalo genere contratos por tiempo determinado y por servicios profesionales.

Las cláusulas especiales serán las siguientes: la confidencialidad, la no competencia, la y el respeto al reglamento estas siendo las más importantes, de la misma forma, se establecerá que todos los empleados gozarán de las prestaciones mínimas que establece la Ley Federal del Trabajo; de acuerdo con el contrato que tenga cada uno, entre las que se incluyen salario base, aguinaldo, vacaciones, prima vacacional, seguro social desde el primer día y días de descanso establecidos. Estos elementos quedan asentados en el siguiente contrato de trabajo que utilizará para este negocio:

Figura 5. Contrato de trabajo

CONTRATO POR TIEMPO INDETERMINADO	
<p>Contrato individual de trabajo por tiempo determinado que celebran por una parte FERRETERÍA "CHALO", representada por [NOMBRE DEL ADMINISTRADOR GENERAL], a quien en lo sucesivo se le denominará "El empleador" y por otra parte C. [NOMBRE DEL TRABAJADOR], a quien en lo sucesivo se le denominará "El empleado", al tenor de las siguientes declaraciones y cláusulas.</p>	
<p>DECLARACIONES:</p>	
<p>I. Declara "El empleador" a través de su representante legal, que:</p>	
1.	Es una residencia para adultos mayores constituida por las leyes que rigen en la República Mexicana, dedicada al cuidado integral, con domicilio en... , RgFC [RFC DE LA EMPRESA] .
2.	Cuenta con todos los medios necesarios para la prestación de los servicios de este contrato.
3.	Requiere contratar por tiempo determinado los servicios de una persona con conocimientos, destrezas y habilidades necesarias para desempeñar el puesto de [PUESTO] .
<p>Declara "El empleado" lo siguiente:</p>	
4.	Llevar por nombre como ha quedado registrado al inicio de este contrato. Ser de nacionalidad MEXICANA , del sexo [SEXO] , tener [EDAD] años, [ESTADO CIVIL] , con RFC [RFC] , CURP [CURP] y tener domicilio en [DOMICILIO COMPLETO] .
5.	El empleado manifiesta estar inscrito al IMSS, con el número [NÚMERO DE SEGURO SOCIAL] . En caso de no contar con número de seguro social, se compromete a realizar el trámite correspondiente para su inscripción ante el Instituto Mexicano del Seguro Social dentro de los primeros 5 días hábiles posteriores a la firma del presente contrato.
<p>II. De las partes:</p>	
<p>Conviene expresar en utilizar en el presente contrato la denominación IMSS para designar al Instituto Mexicano del Seguro Social y la "Ley" para referirse a la Ley Federal de Trabajo.</p>	

En razón de lo expuesto las partes se someterán a lo consignado en las siguientes:

CLÁUSULAS:

PRIMERA. El presente contrato se celebra por **TIEMPO DETERMINADO** dando fin al momento que el empleado desee presentar su renuncia o cuando este sea despedido, respetando sus derechos laborales, dando fin así sin responsabilidad alguna del empleador a la relación laboral.

SEGUNDA. El empleado prestará sus servicios en la Residencia "Edad Dorada" ubicada en ..., siendo este su lugar para desarrollar las actividades de su puesto.

TERCERA. La jornada de trabajo en la cual se presentará el empleado es de **[HORAS]** horas, con un horario de **[HORARIO ESPECÍFICO]**, gozando de **[DÍAS DE DESCANSO]**.

CUARTA. Como pago o remuneración al empleado por prestar sus servicios, recibirá del empleador la cantidad mensual de **[\$[CANTIDAD] ([CANTIDAD EN LETRA] PESOS 00/M.N)**, menos las retenciones correspondientes conforme a la ley y reglamentos, que refiere al impuesto sobre la renta, seguro social; esta suma será cubierta **quincenalmente**, es decir, dos pagos al mes, los días **15 y 30** mediante transferencia monetaria electrónica bancaria al número de cuenta que el trabajador proporcione, quedarán incluidos el importe de descanso semanal y días festivos.

QUINTA. El empleado tendrá y gozará de todas las prestaciones mínimas de la Ley.

SEXTA. El empleado desempeñará el puesto de **[PUESTO]** en la residencia antes mencionada, realizando las actividades que este puesto requiera.

SÉPTIMA. El empleado se compromete y se obliga a no divulgar información médica, personal u operativa de los residentes o de la empresa durante su estancia y cuando se dé fin a las relaciones de trabajo, guardando confidencialidad; en caso de que esto suceda se tomarán las medidas legales correspondientes.

OCTAVA. El empleador queda obligado a proporcionar un curso de capacitación para desarrollar las habilidades del empleado, así como queda obligado el empleado a tomar esta capacitación para tener un mejor desarrollo.

NOVENA. Asimismo, el empleado se compromete y obliga a respetar el reglamento interior laboral de esta honorable empresa, así como a sus compañeros de trabajo y jefes inmediatos.

DÉCIMA. El empleado se compromete a que todas las creaciones que este realice, con recursos de la empresa destinados a estas creaciones quedarán bajo resguardo de la empresa cediendo todos los derechos que corresponden como creador.

Una vez leído este contrato por ambas partes y conscientes de su contenido, derechos, obligaciones, cláusulas, lo firman de común acuerdo, otorgando un ejemplar original en las dos partes, en las oficinas de **la Ferrería Chalo**, a los **[DÍA]** días del mes de **[MES]** del año **[AÑO]**.

EL EMPLEADOR	EL EMPLEADO
_____	_____
[NOMBRE ADMÓN GRAL]	[NOMBRE DEL EMPLEADO]
TESTIGO	TESTIGO
_____	_____
[NOMBRE DEL TESTIGO 1]	[NOMBRE DEL TESTIGO 2]

Fuente: <https://blog.verificamex.com/formato-de-contrato-de-prestacion-de-servicios-gratis/>

Inducción

La inducción del personal es importante ya que es el primer contacto que tienen con la empresa es por eso por lo que las personas encargadas de realizarla serán, el Administrador General.

Proceso de Inducción:

Presentación de la misión, visión y valores de la residencia.

Presentación del equipo de trabajo y los demás empleados.

Explicación de las políticas generales, reglas de comportamiento.

Inducción técnica: Explicación de los productos y servicios ofrecidos.

Capacitación en el uso de equipos, herramientas y maquinaria.

Material que se utilizará: manual de bienvenida, manual de políticas y procedimientos y manual de seguridad y salud teniendo un costo aproximado de \$300.00 generado por la impresión de los manuales que se utilizaran en el proceso.

7.4.5 Desarrollo del personal

Para garantizar el servicio, se implementará un programa de adiestramiento y capacitación, diseñado para el personal de las herramientas necesarias para desempeñar sus funciones con la más alta calidad, promoviendo un ambiente de mejora continua y trabajo en equipo.

Tabla 30. Programa de entrenamiento y capacitación

PUESTO	Tipo de capacitación	Costo
OPERADOR	Se adiestrará sobre la unidad de manejo.	Sin costo
AUXILIAR EN VENTAS	La capacitación incluirá el uso del punto de venta para realizar las transacciones de compra y venta.	Sin costo

Fuente: Elaboración propia.

7.4.6 Administración de sueldos y salarios

Los sueldos y salarios se calcularon con base en el tabulador de sueldos 2025 del Sindicato Nacional de Trabajadores del Seguro Social (SNTSS) (2024), incluyendo las prestaciones mínimas de ley. Los puestos de contador, operador y auxiliar de ventas.

Tabla 31. Sueldos y salarios que utiliza Residencia Edad Dorada

PUESTO	CATEGORÍA	SUELDO MENSUAL	PRESTACIÓN* (30%)	TOTAL
ADMINISTRADOR GENERAL	1	\$9,570.00	\$2,871.00	\$12,441.00
OPERADOR	2	\$7,381.12	\$2,214.34	\$9, 595.46
AUXILIAR DE VENTAS	2	\$7,468.63	\$2,240.59	\$9,709.22
CONTADOR	3	\$600.00	--	
TOTAL		Total \$		\$31, 745.68

Nota: El puesto del Contador solo cotizará un sueldo mensual y será solo cuando la empresa requiera el servicio.

Fuente: Elaboración propia.

7.4.7 Evaluación del desempeño

La evaluación constituye un proceso fundamental para garantizar la calidad, el cumplimiento de objetivos, la mejora continua del entorno y las actividades que en ella se desarrollan en una empresa.

El siguiente formato garantizará el buen funcionamiento de la Ferretería Chalo, evaluando el trabajo del personal en relación con su eficiencia, trato al cliente y su responsabilidad, con el fin de mantener un ambiente cordial.

Tabla 32. Formato de evaluación del desempeño por trabajador

NOMBRE: _____	
CARGO: _____	
DEPARTAMENTO: _____	
OBJETIVO	Indicador
SEMANA 1:	
SEMANA 2:	
SEMANA 3:	
SEMANA 4:	
MES 1:	
SEMESTRE 1:	
COMENTARIOS DEL EVALUADOR:	

Fuente: Elaboración propia.

7.4.8 Relaciones de trabajo

En la Ferretería Chalo, las relaciones de trabajo juegan un papel fundamental para crear un ambiente positivo de trabajo y así ofrecer un servicio de calidad, es importante crear un ambiente cálido y acogedor, donde los empleados se sienten valorados.

Se debe fomentar una sensación de pertenencia y comunidad, facilitando la comunicación y la resolución de conflictos, además mostrar un respeto, ser receptivos a las necesidades, incluyendo la participación, la inclusión de actividades y decisiones, participando en las actividades.

El resultado de fomentar buenas relaciones se reflejará en los clientes, en un ambiente positivo, donde no existan conflictos de comportamiento, caracterizándose por un trabajo en equipo centrado en las necesidades de los residentes, ofreciendo un trato de calidad.

Por tal motivo se establecen las siguientes acciones que busquen promover un clima organizacional donde se fomenten relaciones laborales estables:

Tabla 33. Acciones para establecer un clima organizacional adecuado

MOTIVACIÓN	Reconocimiento mensual al "Colaborador Destacado" Programa de desarrollo profesional con capacitaciones especializadas
COMUNICACIÓN	Reuniones semanales Implementación de un buzón de sugerencias anónimas Comunicados mensuales sobre logros y objetivos
TRABAJO EN EQUIPO	Actividades de integración trimestrales Celebración de logros colectivos
CALIDAD DE VIDA LABORAL	Flexibilidad horaria según necesidades del personal Espacios de descanso adecuados Programa de apoyo emocional y seguimiento del bienestar

Fuente: Elaboración propia.

7.4.9 Marco legal de la organización

Para que la empresa funcione de manera segura y confiable, es fundamental establecer un marco legal desde el inicio. Contar con una constitución formal permitirá operar con transparencia, proteger a los socios, empleados y residentes, y cumplir con todas las obligaciones que marca la ley. A continuación, detallamos los aspectos de constitución:

Inicialmente la empresa Ferretería Chalo, se sugiere preinscribirse ante el SAT, en el Régimen Simplificado de Confianza (RESICO), el cual fue lanzado desde enero de 2022, RESICO, reemplaza al Régimen de Incorporación Fiscal (RIF) para simplificar el cumplimiento tributario de personas que realicen actividades empresariales o profesionales y que ganen menos de 3.5 millones de pesos anuales. Cabe mencionar que las personas previamente registradas en el régimen RIF fueron transferidas automáticamente a RESICO.

Es importante destacar que este régimen procura declaraciones precargadas basadas en los registros de facturación y presenta tasas de ISR más bajas, que van del 1% al 2.5%, en comparación con hasta el 25.4% en otros regímenes.

Por otra parte, el capital social se integró únicamente por el administrador general.

En cuanto a los gastos de constitución de la empresa, de acuerdo con los lineamientos y costos publicados por la Secretaría de Economía a través de la Ventanilla MiPyMES (2025), los gastos iniciales para la formalización de la empresa serán de \$5,778.00 a \$18,778.00 MXN, desglosados de la siguiente manera:

- ✓ Honorarios notariales por acta constitutiva: \$5,000.00 - \$18,000.00 MXN
- ✓ Permiso de la Secretaría de Relaciones Exteriores: \$705.00 MXN
- ✓ Inscripción en el Registro Público de Comercio: \$73.00 MXN
- ✓ Trámites ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT), obtención de la Firma Electrónica Avanzada (FIEL) e inscripción al Instituto Mexicano de Seguro Social (IMSS) y la Inscripción en el Registro de Prestadores de Servicios Especializados (REPSE): Gratuitos

De acuerdo con Ley General de Sociedades Mercantiles (LGSM) (2025), el proceso a realizarse para la constitución de una sociedad legalmente es:

1. Acta constitutiva ante notario público
2. Inscripción en el Registro Público de Comercio
3. Alta en el Registro Federal de Contribuyentes como persona física
4. Obtención de la Firma Electrónica Avanzada (FIEL)
5. Inscripción en el Registro de Prestadores de Servicios Especializados (REPSE)
6. Registro patronal ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS)

Las responsabilidades que va a adquirir son registrar trabajadores ante el IMSS, pagar salarios conforme a la ley, otorgar aguinaldo, proporcionar vacaciones, prima vacacional, contar con reglamento interno de trabajo y afiliar trabajadores al INFONAVIT.

Régimen fiscal

Como se señaló anteriormente el régimen indicado debe llevar el siguiente proceso:

Proceso de registro:

- a) Obtener Firma Electrónica Avanzada (FIEL) del representante legal.
- b) Realizar el alta en el RFC como persona moral a través del portal del SAT.
- c) Presentar documentación requerida:
- d) Acta constitutiva protocolizada.
- e) Identificación oficial del representante legal.
- f) Comprobante de domicilio fiscal.

Obligaciones fiscales:

- a) Expedir comprobantes fiscales digitales (CFDI) por ingresos.
- b) Presentar declaraciones mensuales de ISR e IVA.
- c) Llevar contabilidad electrónica.
- d) Presentar declaración anual.

- e) Expedir constancias de retenciones de ISR, cuando corresponda.
- f) Realizar declaraciones informativas de sueldos y salarios.

Licencias y permisos para iniciar operaciones

Licencia de Uso de Suelo y Funcionamiento Municipal

La Ley de Desarrollo Urbano del Estado de México (2023), en el artículo 138 establece la clasificación y destino de los usos del suelo. Con un costo aproximado de \$1,500.00 a \$3,000.00 MXN, según el valor catastral del inmueble y el municipio.

7.5 Finanzas

7.5 Finanzas

7.5.1 Objetivo

Establecer un sistema financiero sólido para garantizar el crecimiento rentable de, maximizando utilidades a través de la venta productos y servicios ferreteros.

7.5.2 Sistema contable

Determinar el sistema contable es importante ya que facilita la toma de decisiones, así como mantiene en forma ordenada el registro de cada operación económica realizada durante cierto periodo, por lo que es necesario planear cómo se llevará a cabo el proceso, así como quién lo realizará y cuáles serán los costos (Alcaraz, 2011).

En el caso de Ferretería Chalo el área de finanzas la llevará un contador.

7.5.3 Catálogo de cuentas

En la siguiente tabla se podrá observar el catálogo de cuentas que se estará manejando en la Ferretería Chalo

Tabla 34. Catálogo de cuentas

100	CAJA
101	BANCOS
102	CUENTAS POR COBRAR
103	DOCUMENTOS POR COBRAR
104	SEGURO PAGADO POR ADELANTADO
105	MATERIALES Y SUMINISTROS DE OFICINA
106	INVENTARIO DE PRODUCTOS
107	INVENTARIO DE PIEZAS Y REPUESTOS
110	ALQUILER DE LOCAL COMERCIAL
113	EQUIPO DE OFICINA
113-1	DEPRECIACIÓN ACUMULADA DE EQUIPO DE OFICINA
114	MAQUINARIA Y EQUIPO DE TALLER
114-1	DEPRECIACIÓN ACUMULADA DE MAQUINARIA Y EQUIPO DE TALLER
120	LEASING DE VEHÍCULO
200	CUENTAS POR PAGAR
201	SUELDOS POR PAGAR
202	INTERESES POR PAGAR
210	DOCUMENTOS PARA PAGAR A LARGO PLAZO
300	CAPITAL SOCIAL
301	UTILIDADES RETENIDAS
400	INGRESOS POR VENTAS
401	INGRESOS POR SERVICIOS ADICIONALES

500	GASTOS POR SUELDOS ADMINISTRATIVOS
501	GASTOS POR SERVICIOS PÚBLICOS (AGUA, LUZ, TELÉFONO, INTERNET)
502	GASTOS POR GASOLINA Y TRANSPORTE
503	GASTOS POR PUBLICIDAD Y MARKETING
504	GASTOS POR IMPUESTOS
600	COMPRAS DE PRODUCTOS, EQUIPOS E INSUMOS
700	COMISIONES DE VENTAS

Fuente: Elaboración propia.

7.5.4 Software a utilizar

Autologica Sky DMS

Autologica Sky DMS es un sistema de gestión en la nube diseñado para concesionarias de vehículos de todas las industrias. Este software ofrece una amplia gama de funcionalidades para optimizar tareas, resolver problemas frecuentes, detectar oportunidades y mejorar los resultados (Autologica, 2024).

Características Principales:

- **Ventas:** Gestión de inventario, seguimiento de leads y oportunidades, propuestas, reservas, planes de ahorro y financiamiento, solicitudes de compra y venta, reacondicionamiento de vehículos usados, impuestos internos.
- **Servicios:** Turnos de entrega de unidades, órdenes de reparación, facturación, pólizas/reclamos de garantía y su acreditación, programas de mejora de producto/campañas, pre-entrega de unidades.
- **Repuestos:** Administración de inventario, sugerencias de pedido, pendientes de proveedor, facturación, cobranza, pagos a proveedores, contabilidad, libros, reportes, funciones e informes de auditoría.
- **Administración:** Control y ejecución de presupuesto, monitoreo del cumplimiento de presupuestos mensuales y anuales, y del nivel de avance hacia los objetivos del ejercicio.
- **Automatización:** Automatización de tareas para invertir cada hora en tareas importantes, alertas de cada departamento (ventas, repuestos, servicios y

administración).

- **Integraciones:** Integración con CRM (Salesforce, etc.), control de terceros, trabajos abiertos, horas compradas y facturadas.
- **Análisis:** Analítica para CEO y titulares, analítica para gerentes de departamento, creación de dashboards personalizados.

Aspel

Es una empresa mexicana que ofrece soluciones de software administrativo y contable para micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs). Su producto principal es Siigo Aspel, un sistema en la nube que facilita la gestión contable y administrativa de las empresas (ASPEL, 2024).

Características Principales de Siigo Aspel:

- **Facturación:** Generación de facturas electrónicas, comprobantes fiscales, notas de crédito, y cotizaciones.
- **Nómina:** Emisión de recibos de nómina electrónicos, gestión de movimientos a la nómina, y comunicación con INFONAVIT.
- **Contabilidad:** Administración de cuentas, contabilidad electrónica ilimitada, centros de costos y proyectos, y emisión de reportes.
- **Inventario:** Gestión de inventarios, sugerencias de pedido, y seguimiento de proveedores.
- **Integraciones:** Integración con sistemas administrativos, CRM, y otros sistemas de terceros.
- **Análisis y Reportes:** Creación de dashboards personalizados, reportes financieros, y análisis de desempeño.

7.5.5 Costos y gastos

Tabla 35. Costos y gastos fijos y variables

<ul style="list-style-type: none">• INVENTARIO• COSTOS DE TRANSPORTE	<ul style="list-style-type: none">• SERVICIOS PÚBLICOS• LICENCIAS Y PERMISOS
<ul style="list-style-type: none">• SUMINISTROS DE OFICINA	<ul style="list-style-type: none">• SUELDOS DEL PERSONAL• SEGUROS• MARKETING Y PUBLICIDAD• MANTENIMIENTO DEL LOCAL

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior se presentan los costos y gastos fijos y variables que son necesarios para la operación de la empresa Ferretería Chalo.

7.5.6 Capital social

El capital social de la Ferretería Chalo fue en su momento de arranque \$70,000 por parte del administrador general, el cual fue utilizado para la compra de productos ferreteros.

7.5.7 Crédito

Para iniciar con la operación de la empresa Ferretería Chalo, no fue necesario considerar crédito o financiamiento, dado las condiciones de inicio, no se tuvo la necesidad de gestar alguno de estos.

7.5.8 Entradas y salidas

Entradas

Tabla 36. Primer mes de entradas

CONCEPTO	CANTIDAD
INGRESO POR VENTAS	\$60,000
CAPITAL SOCIAL INICIAL	\$70,000.
OTRAS ENTRADAS (SI APLICA)	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 37. Siguiendo meses las entradas por mes serían:

CONCEPTO	CANTIDAD
INGRESO POR VENTAS	\$60,000

Fuente: Elaboración propia

Salidas

Tabla 38. El primer mes las salidas serán de:

CONCEPTO	CANTIDAD
COSTOS FIJOS	
Servicios públicos (electricidad, agua, internet)	\$1200
Licencias y permisos	\$300
Sueldos del personal	\$31,145.68
Marketing y publicidad	\$500
Mantenimiento del local	\$900
COSTOS VARIABLES	
Inventario (productos de ferretería)	\$120,000
Costos de transporte	\$9,000
Suministros de oficina	\$1600

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 39. Los siguientes meses las salidas serán de:

CONCEPTO	CANTIDAD
SERVICIOS PÚBLICOS	\$1,200
SUELDOS DEL PERSONAL	\$31,145.68
MANTENIMIENTO DEL LOCAL	\$900
MARKETING Y PUBLICIDAD	\$500
COSTOS DE TRANSPORTE	\$9,000
INVENTARIO	VARIABLE

Fuente: Elaboración propia.

7.5.9 Valor Actual Neto (VAN)

Valor que, mediante una tasa de descuento prefijada, actualiza el flujo de beneficios netos (beneficios totales-costos totales) generados por el proyecto de inversión. La fórmula para obtener el VAN es:

$$VAN = \sum B_t (1 + r)^{-t} - \sum C_t (1+r)^{-t}$$

Donde:

B_t = beneficios en cada periodo de proyecto C_t = costos en cada periodo del proyecto r = tasa de actualización t = tiempo en años

(1 + r)^{-t} = factor de actualización.

El principal criterio de este indicador es que el VAN debe ser igual o mayor que cero, es decir, dada una tasa de actualización, el valor presente de los beneficios supera, o es igual, al de los costos. En otras palabras, el VAN representa la ganancia adicional actualizada que genera el proyecto, por encima de la tasa de descuento (Muñante, 2002).

7.5.10 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR económica de un proyecto es la tasa de actualización que hace que el valor actualizado de la corriente de beneficios sea igual al valor actualizado de la corriente de costos (Baca, 2015).

La expresión matemática que expresa la TIR es:

$$TIR = \sum B_t (1 + r)^{-t} -$$

$$\sum C_t (1+r)^{-t} = 0$$

Donde:

B_t = beneficios en cada periodo de proyecto

C_t = costos en cada periodo del proyecto $(1 + r)^{-t}$ = factor de actualización r = tasa de actualización t = tiempo en años.

De forma tradicional, la TIR se calcula por tanteo o interpolación; se busca la tasa de actualización donde los flujos de fondos actualizados se aproximen a cero; debe ser uno positivo y el otro negativo, y la diferencia entre las tasas debe ser de máximo cinco puntos porcentuales para tener el mínimo error en el resultado. La interpolación se realiza aplicando la siguiente fórmula:

$$TIR = I_1 + (I_2 - I_1) (FFA_1) / (-FFA_1 - FFA_2) \text{ Donde } I_1 = \text{Tasa menor de actualización. Tasa de actualización}$$

Con el fin de obtener los indicadores económicos, es necesario determinar la tasa de actualización, también conocida como tasa de descuento (Muñante, 2002; Baca, 2015).

Relación Beneficio/Costo (B/C)

Está representada por el cociente que resulta de dividir el valor actualizado de la corriente de beneficios entre el valor actualizado de la corriente de costos a una tasa de actualización determinada.

La relación b/c muestra los beneficios netos obtenidos por unidad monetaria total invertida durante la vida útil del proyecto; si el valor es menor que uno, indicará que la corriente de costos actualizados es mayor que la de beneficios, por lo tanto, la

diferencia b/c -1, cuyo valor será negativo, advertirá las pérdidas por unidad monetaria invertida y, viceversa, cuando la b/c es mayor que uno, la diferencia b/c - 1, cuyo valor será positivo, señalará la utilidad por unidad monetaria invertida. La fórmula para obtener la relación b/c es:

$$B/C = \sum B_t (1 + R)^{-t} / C_t (1+r)^{-t}$$

Bt = beneficios en cada periodo de proyecto Ct = costos en cada periodo del proyecto r = tasa de actualización

t = tiempo en años

(1 + r)-t = factor de actualización.

Un proyecto se catalogará como rentable si la relación B/C es mayor que uno (Baca, 2008).

Tabla 40. Tasa de actualización 10%

AÑO	INGRESOS	COSTOS EFECTIVO	FLUJO DE	TASA (1+T)-N	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
AÑO 0						
AÑO 1	\$ 342,200.00	\$4900.00		0.90909	\$311,090.91	44,727.27
AÑO 2	\$ 356,400.00	\$8400.00		0.82645	\$294,545.45	81,322.31
AÑO 3	\$ 377,410.00	\$7,600.00		0.75131	\$283,553.72	110,894.06
AÑO 4	\$ 395,270.50	\$6,800.00		0.68301	\$269,975.07	134,417.05
AÑO 5	\$ 599,824.03	\$353,824.03		0.62092	\$372,443.53	152,746.65
TOTAL	\$2,071,104.53	\$ 738,000.00			\$1,531,608.68	524,107.34

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 41. Punto de Equilibrio

CONCEPTOS / AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 342,200.00	\$ 356,400.00	\$ 377,410.00	\$ 395,270.50	\$ 414,024.03
COSTOS FIJOS	\$ 49,200.00	\$ 98,400.00	\$ 147,600.00	\$ 196,800.00	\$ 246,000.00
COSTOS VARIABLES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COSTOS TOTALES	\$ 49,200.00	\$ 98,400.00	\$ 147,600.00	\$ 196,800.00	\$ 246,000.00
PUNTO DE EQUILIBRIO \$	\$ 49,200.00	\$ 98,400.00	\$ 147,600.00	\$ 196,800.00	\$ 246,000.00
PUNTO DE EQUILIBRIO %	14%	28%	39%	50%	59%

Fuente: Elaboración propia.

El punto de equilibrio es un término utilizado en economía para definir el nivel de ventas en donde los costos fijos y los costos variables se cubren es decir que, la empresa al utilizar este punto de equilibrio obtiene un beneficio, aunque la remuneración monetaria se determina como 0, para el caso de la ferretería Chalo se observa que para el primer año se logra el punto de equilibrio cuando se tenga el 14 % de las ventas, así consecutivamente se aprecia para los siguientes cinco años.

Tabla 42. Presupuestos de costos

costos fijos	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Administración	\$ 12,000.00	\$ 24,000.00	\$ 36,000.00	\$ 48,000.00	\$ 60,000.00
Mano de obra	\$ 27,600.00	\$ 55,200.00	\$ 82,800.00	\$ 110,400.00	\$ 138,000.00
Pago de luz pago de teléfono e internet	\$ 3,600.00	\$ 7,200.00	\$ 10,800.00	\$ 14,400.00	\$ 18,000.00
	\$ 6,000.00	\$ 12,000.00	\$ 18,000.00	\$ 24,000.00	\$ 30,000.00
Total	\$ 49,200.00	\$ 98,400.00	\$ 147,600.00	\$ 196,800.00	\$246,000.00
Costos variables	año1	año 2	año 3	año 4	año 5
Costos fijos	\$ 49,200.00	\$ 98,400.00	\$147,600.00	\$ 196,800.00	\$ 246,000.00
Costos variables					
Costos totales	\$ 49,200.00	\$ 98,400.00	\$147,600.00	\$ 196,800.00	\$ 246,000.00

Fuente: Elaboración propia, con base a información proporcionada por la ferretería Chalo.

En la anterior tabla se observa la proyección de costos para los 5 años futuros que tendría la ferretería Chalo y que esta le permitirá anticipar algunos sucesos que pueda afectar a la organización.

Tabla 43. Estado de resultados

Conceptos	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
(+) Ventas	\$342,200.00	\$356,400.00	\$ 377,410.00	\$ 395,270.50	\$
costos fijos					414,024.03
Costos variables	\$49,200.00	\$98,400.00	\$147,600.00	\$	\$
				196,800.00	246,000.00
(-) Costos totales	\$49,200.00	\$98,400.00	\$ 147,600.00	\$ 196,800.00	\$ 246,000.00
(=) Utilidad bruta	\$293,000.00	\$258,000.00	\$ 229,810.00	\$ 198,470.50	\$ 168,024.03
(-) Depreciación	\$123,740.00	\$129,927.00	\$ 136,423.35	\$ 143,244.52	\$ 150,406.74
(=) Utilidad antes de impuestos	\$169,260.00	\$128,073.00	\$ 93,386.65	\$ 55,225.98	\$ 17,617.28
(-) Impuestos	\$25,389.00	\$19,210.95	\$ 14,008.00	\$ 8,283.90	\$ 2,642.59
(=) Utilidad del ejercicio	\$143,871.00	\$108,862.05	\$ 79,378.65	\$ 46,942.09	\$ 14,974.69

Fuente: Elaboración propia, con base a información proporcionada por la ferretería Chalo.

El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo de tiempo para analizar esta información y en base a esto, tomar decisiones de negocio.

Tabla 44. Costos de depreciación

Valor fijo	Valor original	Tasa	Años	Dep anual	Valor rescate
Local	\$ 250,000.00	25%	6.00	\$ 41,666.67	\$ 41,666.67
Transporte para flete y acarreo	\$ 250,000.00	15%	8.00	\$ 31,250.00	\$ 93,750.00
Transporte de carga pesada	\$ 300,000.00	25%	6.00	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
Teléfono e Internet	\$ 1,500.00	25%	6.00	\$ 250.00	\$ 250.00
Luz	\$ 800.00	25%	6.00	\$ 133.33	\$ 133.33
Mobiliario		15%	8.00	\$ -	\$ -
Mostrador y Silla	\$ -	25%	6.00	\$ -	\$ -
Exhibidores de mercancía	\$ 2,200.00	25%	5.00	\$ 440.00	\$ -

Fuente: Elaboración propia, con base a información proporcionada por la ferretería Chalo.

Tabla 45. Flujo de efectivo

Conceptos / año	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Ventas	\$ 342,200.00	\$ 356,400.00	\$ 377,410.00	\$395,270.50	\$414,024.03
(+) Valor de rescate					\$185,800.00
(=) Ingresos totales	\$ 342,200.00	\$ 356,400.00	\$ 377,410.00	\$395,270.50	\$599,824.03
Costos fijos	\$ 49,200.00	\$ 98,400.00	\$ 147,600.00	\$196,800.00	\$246,000.00
Costos variables					
(=) Costos totales	\$ 49,200.00	\$ 98,400.00	\$ 147,600.00	\$196,800.00	\$246,000.00
Compra activo fijo					
Compra activo diferido					
Compra capital de trabajo					
(=) Saldo final	\$ 293,000.00	\$ 258,000.00	\$ 229,810.00	\$198,470.50	\$353,824.03

Fuente: Elaboración propia, con base a información proporcionada por la ferretería Chalo.

7.6 Impacto social, económica y ambiental

7. 6 Impacto social, económico y ambiental

Impacto económico: Este sector contribuye aproximadamente el 2,5% al PIB nacional. Sin duda, ya se han convertido en motor de la industria y los negocios.

La facilidad de tener una herramienta a la mano o a la vuelta de la esquina y el buen servicio, ya que en muchas ocasiones el mismo ferretero se dirige a tu casa a solucionar un problema, son el éxito de que este sector se encuentre en crecimiento.

Ferretería “Chalo es una microempresa fuente de empleos temporales.

Impacto social: favorece la mejora de la calidad de vida, la igualdad de oportunidades y la inserción socio laboral de personas con disminución.

Incrementa las relaciones laborales con alianzas entre microempresas del mismo sector

Impacto ambiental: ferretería “Chalo” es una empresa comprometida con la protección medioambiental y procura reducir el impacto bajo la premisa de las 3R (Reducir, Reutilizar y Reciclar). Es especialmente importante cuando se manejan materiales tóxicos como pueden ser las pilas usadas, tubos fluorescentes, bombillas de bajo consumo, Leds, etc.

Esta dispuesta a eliminar el uso de bolsas de plástico y recolectar PET en beneficio de la comunidad.

VIII. Conclusiones y sugerencias

VIII. Conclusiones y sugerencias

8.1 Conclusiones

Una vez realizado el documento de esta empresa y tomando en consideración los objetivos trazados en la investigación, se pudo emitir las siguientes conclusiones:

- Derivado de la aplicación de nuestro instrumento de recopilación de información, el 60% de la población encuestada suele construir o remodelar por lo menos cada 6 meses ya que el 40% de las personas solo destina un ingreso económico que ronda de entre los \$ 100 a los \$ 500 si son reparaciones necesarias y urgentes, el 32% destina de \$ 600 a \$ 2,000 si es alguna remodelación o reparación más costosa y 20% de la población destina de \$ 3,000 a \$ 5,000 en el caso de que fuera alguna construcción desde ceros.
- El 88% de la población suele comprar al contado ya que según el instrumento el 74% de los productos más adquiridos son los materiales de construcción en la Ferretería “Chalo” puesto que el 38% de la población encuestada afirmó tener excelente ubicación, el 24% asegura que los productos son de muy buen precio y el 20% atestigua que la calidad es inigualable.
- Sin embargo, se debe tomar en cuenta que el 88% de la población encuestada considera “buena” la atención al cliente pero podría ser “muy bueno” o “excelente” si atendemos las sugerencias de mejora en la Ferretería “Chalo” extendiendo un poco más la variedad de sus productos, implementando la publicidad en alguna página de internet y lo más importante mejorar el sistema administrativo desde la matriz del negocio en sus áreas de planeación, dirección, control y organización para un próspero funcionamiento a corto mediano y largo plazo.
- El presente plan de negocios es una propuesta viable tanto en el ámbito financiero como operativo, respaldada por un análisis sólido del mercado y una estrategia clara para su implementación. La combinación de una oferta de valor diferenciada, un público objetivo bien definido y procesos internos eficientemente estructurados establece una base firme para el crecimiento sostenible del proyecto.
- En este sentido, el diseño de un plan de negocios genera la oportunidad de operar el negocio de una forma profesional, con todos los elementos aquí desarrollados, desde la naturaleza del proyecto, el estudio de mercado, la producción, la organización y la parte financiera.
- Por su parte, es menester informar que el plan de negocios de la Ferretería Chalo satisface una demanda constante de artículos para la construcción, el mantenimiento, reparación en casas y negocios de este municipio sureño, logrando impactar de manera positiva en el desarrollo local de este lugar.

- Este documento desarrollado convierte esta iniciativa en una oportunidad atractiva para inversionistas y socios estratégicos. Las ferreterías son una parte fundamental de la economía e influye en la vida de muchas personas en México debido a la necesidad de usar los productos, así como herramientas, que se utilizan tanto para reparar y otros objetos de uso cotidiano. En tanto es importante resaltar que debe existir una constante evaluación de desempeño y la capacidad de adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado local y regional, el negocio tiene las condiciones necesarias para consolidarse, expandirse y generar valor agregado a largo plazo.
- Un plan de negocios tiene una mayor factibilidad debido a que cumple con requerimientos necesarios para desarrollar sus actividades de una manera más profesional ofertando alternativas para su mejor rendimiento y crecimiento.

8.2 Sugerencias

La ferretería Chalo es un negocio, que requiere de estrategias para su mejor operatividad, en sus diversas áreas administrativas, tecnológicas, financieras y laborales, con la finalidad de lograr un mejor rendimiento en la empresa.

Se sugiere que el propietario del negocio considere una ampliación del catálogo en función de las necesidades del mercado local, entre estas necesidades puede destacar lo siguiente: material eléctrico básico, herramientas agrícolas y para jardinería, material para construcción ligera (cemento, mortero, cal, varillas) y accesorios para plomería muy solicitados (conexiones, tubería PVC, válvulas).

Es importante también considerar promociones y programas de fidelización considerando lo siguiente:

Descuentos semanales en artículos de alta rotación (clavos, brocas, pinturas, discos de corte).

Tarjeta de cliente frecuente: por cada compra acumular puntos o un pequeño descuento.

Paquetes especiales para albañiles y plomeros locales.

Otra sugerencia a considerar es realizar eventos o demostraciones en la que se invite a proveedores a hacer demostraciones de herramientas, ofrecer pequeños talleres gratuitos (cómo instalar una llave, cómo elegir una broca, etc.).

De igual forma otra propuesta sería, crear una página de Facebook o perfil en Google Maps con horario, ubicación y fotos reales, publicar ofertas, nuevos productos y contenido útil como “Tip de la semana”, “Cómo usar...” y responder mensajes rápido para atraer ventas por WhatsApp.

IX. Referencias consultadas

IX. Referencias consultadas

Alcaraz, R. (2011). El emprendedor de Éxito. México: Ed. McGraw Hill.

Alcaraz, R. R. (2011) El emprendedor del éxito. México: Mc Graw Hill. Entrevista con Gonzalo Morales Cruzalta 16 de agosto de 2019 a las 9:00 horas.

Álvarez, R. (2002). Plan de negocios elaboración y presentación. Recuperado el 07 de abril de 2021 de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941231003.pdf>

Bancomext. (2021). Plan de Negocios y Emprendedores. Recuperado el 06 de mayo de 2021 de <file:///C:/Users/Ruperto/Desktop/DOC%20PROTOCOLO/bancomext.pdf>

Bermejo, M., y De La Vega, I. (2003). Crea tu propia empresa. España: Ed. McGraw Hill.

Conexionesan. (2020). ¿Cuáles son las diferencias entre un proyecto de inversión y un plan de negocio?. Recuperado el 05 de abril de 2021 de <https://www.esan.edu.pe/apuntesempresariales/2020/07/cuales-son-las-diferencias-entre-un->

Federación. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LDPAM.pdf>

Federación. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGPC.pdf>

Fisher, V.L, y Espejo, C.J. (2011). Mercadotecnia. D.F, México: Mc Graw Hill

Fleitman, J. (2000).Negocios Exitosos. Recuperado de: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/laex/loranca_r_ra/capitulo3

Gobierno del Estado de México. (2023). Ley de Desarrollo Urbano del Estado. Recuperado de <http://www.mundoferretero.com.mx/index.php/ferreteria/item/794-ferretero-un-sector-con-buenas-expectativas>.

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2001). Diseño de la investigación. Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill.

Hernández, S. (2012). Tesis de Investigación. Recuperado el 07 de abril de 2021 de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/04/poblacion-y-muestra-ejemplo.html>

Hernández, S. R. (2006). Enfoque de la investigación. Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill.

<https://www.google.com/maps/place/Ferreteria+%22Chalo%22/@19.0224538,-100.0078714,20z/data=!4m5!3m4!1s0x85cd7162b391b9e1:0xc5265e8352fb3185!8m2!3d19.022>

Indeed. (2025). Descripción del puesto de Gerente General: Principales funciones y requisitos. Indeed Hire. <https://ca.indeed.com/hire/job-description/generalmanager>

INEGI. (2020). Censo de Población y vivienda 2020. Recuperado el 14 de mayo de 2021 de <https://www.inegi.org.mx/app/scitel/consultas/index>

Kerlinger, F. (1979). Taller de investigación 1. Recuperado el 23 de mayo de 2021 de <https://sites.google.com/site/tallerdeinvestigacion1rpt/taller-de-investigacion-1/unidad-1/1-3-investigacion-no-experimental-cuasi-experimental-y-experimental>

Kerlinger, F. y Lee, H. (2002). Investigación del comportamiento. Métodos de Investigación en Ciencias Sociales. México: McGraw Hill.

Levin, R.I, y Rubín, D.S. (2004). Estadística para administración y economía. Estado de México, México: Pearson. México.

Longenecker, J. G. (2007). Administración de Pequeñas Empresas, Enfoque Emprendedor (13^a ed.). México, D.F.: Thomson.

Pedraza, R. (2014). Modelo de plan de negocios para la micro y pequeña empresa. México, D.F: Grupo Editorial PATRIA, S.A DE C.V.

Sabino, (1986). Técnicas e instrumentos de investigación. Recuperado el 08 de abril del 2021 de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html

Sampieri, H. (2008). La Idea: Nace un proyecto de investigación. Metodología de la investigación. México: McGraw Hill.

Secretaría de Desarrollo Metropolitano y National Alliance for Care at Home (The Alliance) (2025). Actividades, tareas y responsabilidades de los cuidadores. CaringInfo Obra. <http://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/ley/vig/leyvig138.pdf>

Secretaría de Economía. (2025). Ventanilla MiPyMEs - Nueva empresa. Gobierno de México. <https://ventanillamipymes.economia.gob.mx/nueva-empresa/>

Spiegel, R. (1992). Estadística. Segunda Edición. México: Ed. McGraw Hill.

Tamayo, (1998). Tesis de Investigación. Recuperado el 08 de abril de 2021 de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/04/poblacion-y-muestra-ejemplo.html>

Universidad de las Américas y el Caribe (UNAC). (2023). 5 funciones principales de un administrador. <https://unac.edu.mx/blog/5-funciones-principales-de-unadministrador/>

Universidad San Ignacio de Loyola. (2022). ¿Qué hace un administrador financiero y por qué es importante su función en una empresa?. Facultad de Ciencias Empresariales. <https://blogs.usil.edu.pe/facultad-cienciasempresariales/administracion-y-finanzas-corporativas/administradorfinanciero>

Varela, R. (2010). Estudio de factibilidad y proyectos. Recuperado el 08 de abril del 2021 de <http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>

X Anexos

X. Anexos

Anexo 1. Cuestionario

Objetivo: Determinar el nivel de consumo en productos ferreteros y el servicio de **Ferretería Chalo** en San Simón de Guerrero, Estado de México.

Datos generales:

Sexo: M

Edad: a) 20 a 30, b) 31 a 40, c) 41 a 50, d) 51 a 60, e) 61 y más

Instrucciones: Lea detalladamente cada pregunta y marca con una (X) su sincera respuesta.

1.- ¿Con que frecuencia Ud. Construye o remodela su hogar?

a) Cada seis meses___ b) Anualmente _____ años c) Cada dos años_____ d) Cada cinco

2- ¿Cuánto de sus ingresos destina para la construcción o remodelación?

a) \$100 a 500 b) \$600 a 2000 c) \$3000 a 5000 d) Más de \$6000

3.- ¿De qué manera realiza su compra?

a) A contado b) A crédito

4.- ¿Qué productos habitualmente usted adquiere para su construcción o remodelación?

a) Eléctrica d) Herramienta b) Hidráulica e) Cerrajería c) Tubería f) Materiales de construcción

5.- ¿Por cuál medio conoció usted la ferretería Chalo?

a) Radio b) Referencias de personas c) Periódico

6.- ¿Por qué compraría sus productos en Ferretería Chalo?

a) Precio b) Calidad de productos c) Tiempo de entrega

d) Variedad de productos e) Ubicación

7.- ¿Cómo considera que es el servicio de atención al cliente por la Ferretería Chalo?

a) Muy bueno b) Bueno c) Malo d) Muy malo

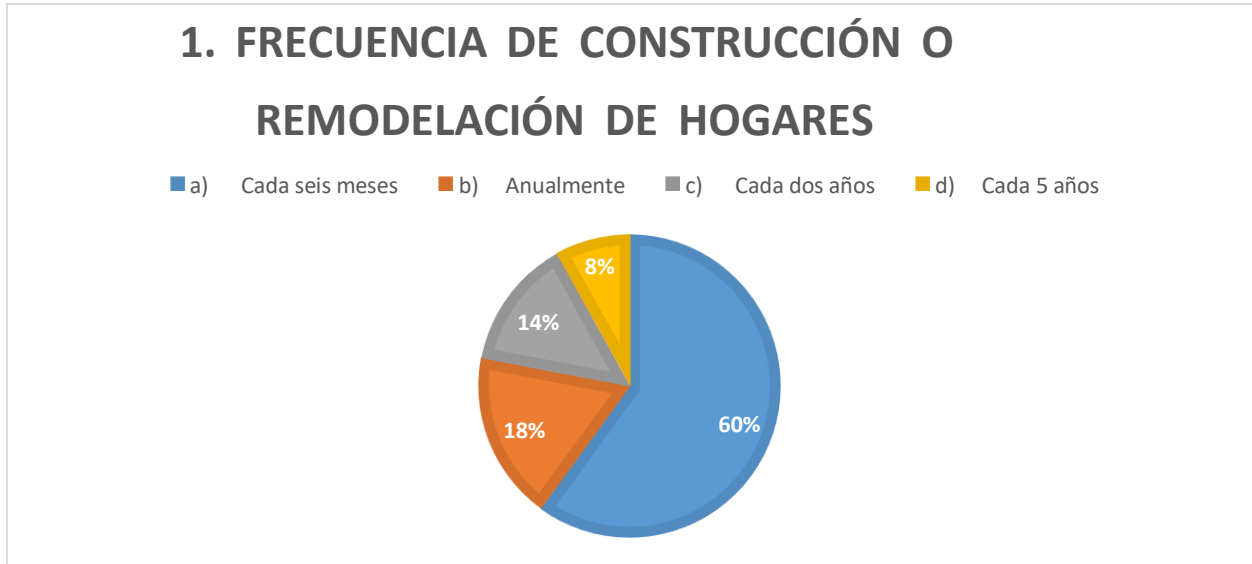
8.- ¿Qué sugiere que debería implementar la Ferretería Chalo para mejorar y crecer como negocio?

a) Publicidad b) Promociones c) Nuevo diseño de las instalaciones

d) Variedad de productos e) Todas las anteriores

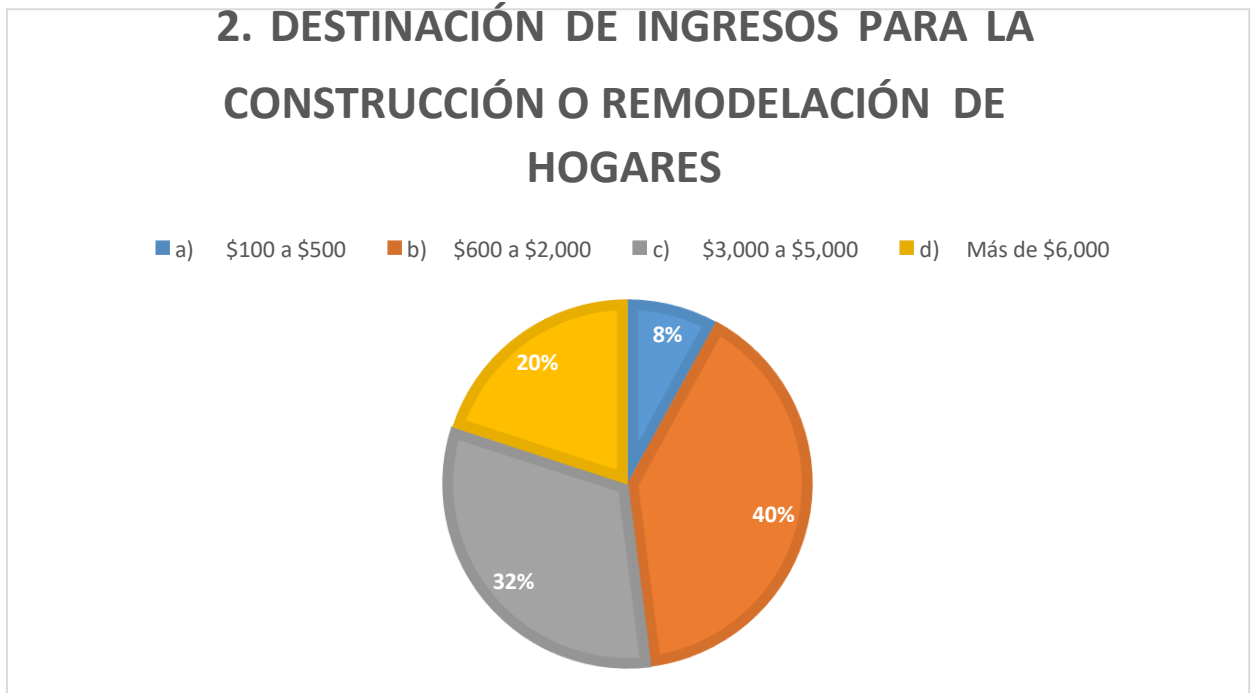
Por su colaboración. ¡Gracias!

Gráfico 1



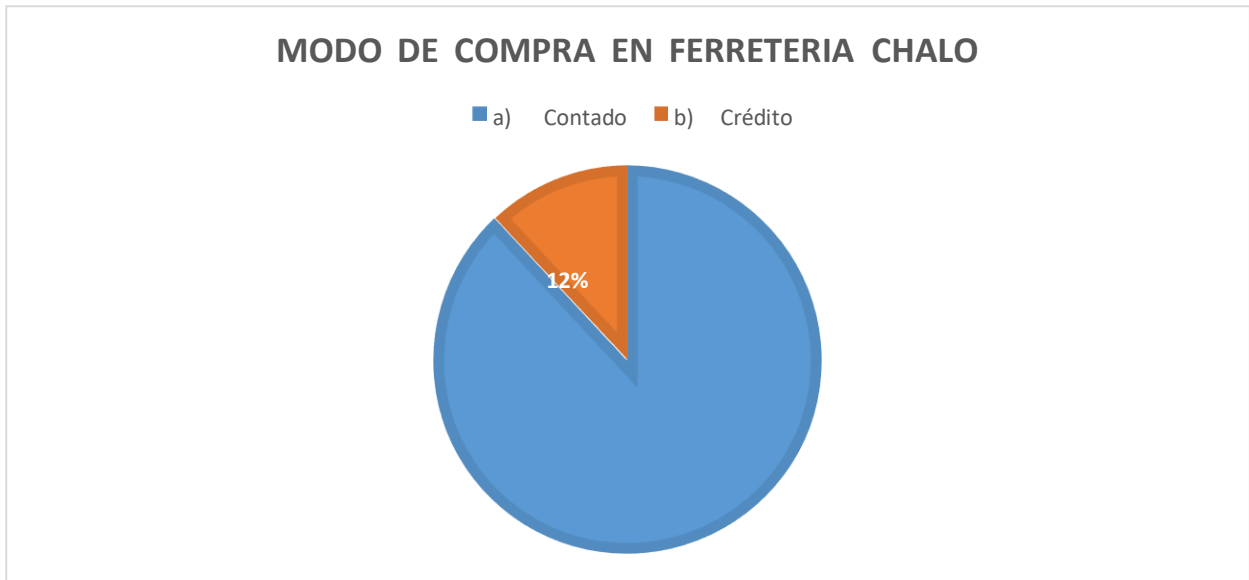
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 2



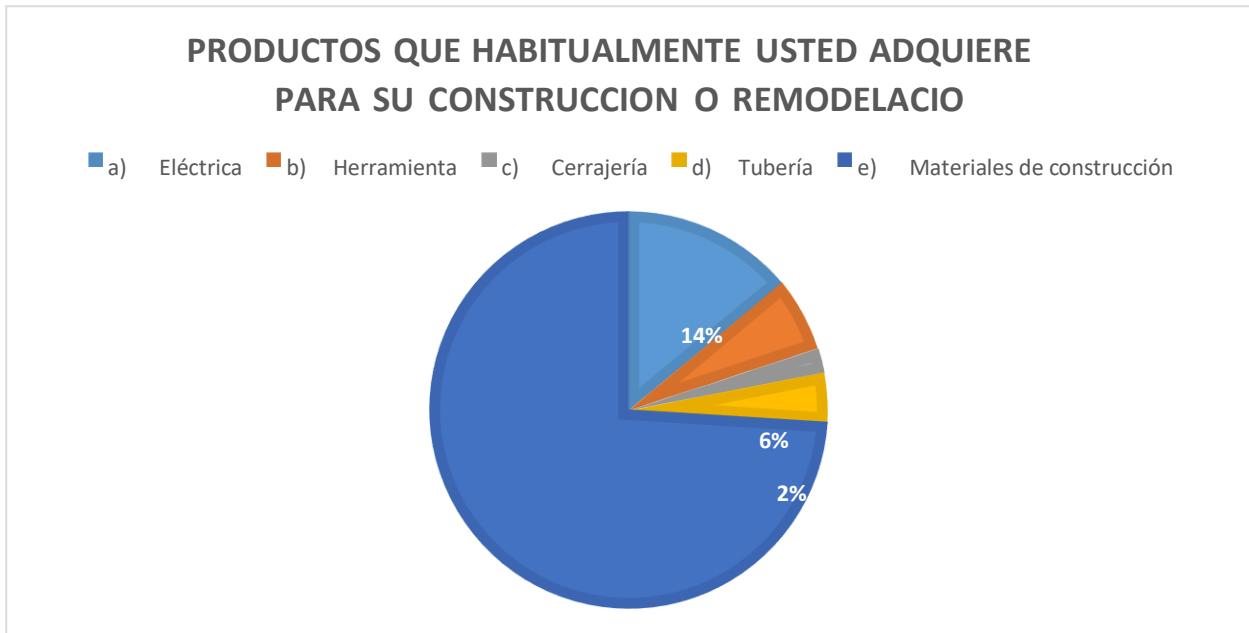
Fuente: Elaboración propia (2019).

Gráfico 3



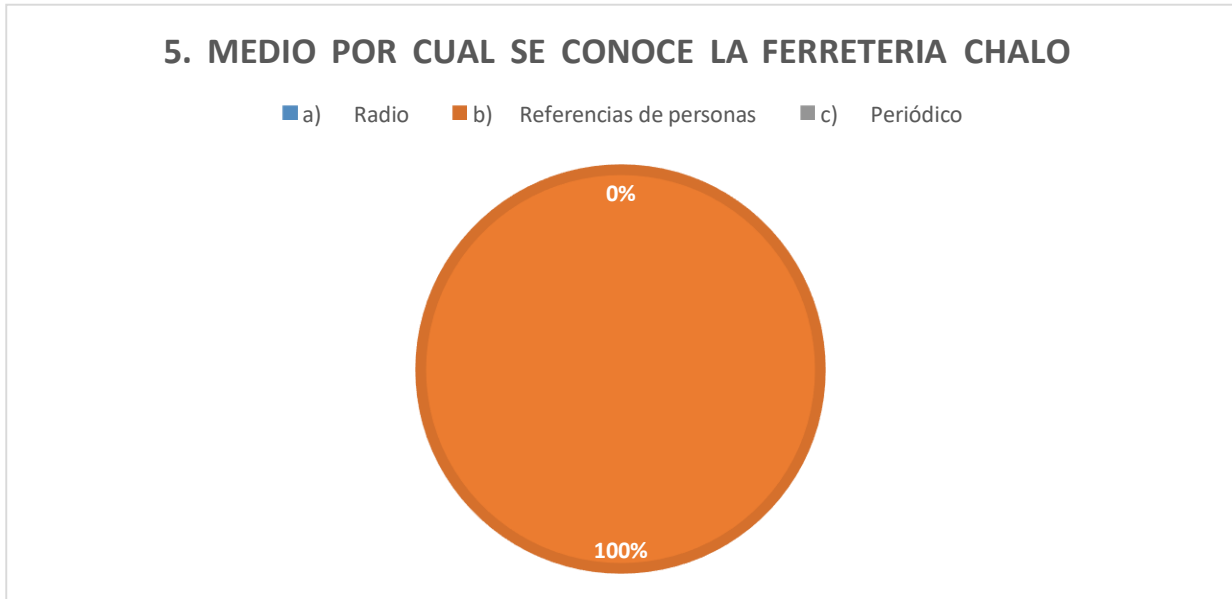
Fuente: Elaboración propia (2019).

Gráfico 4



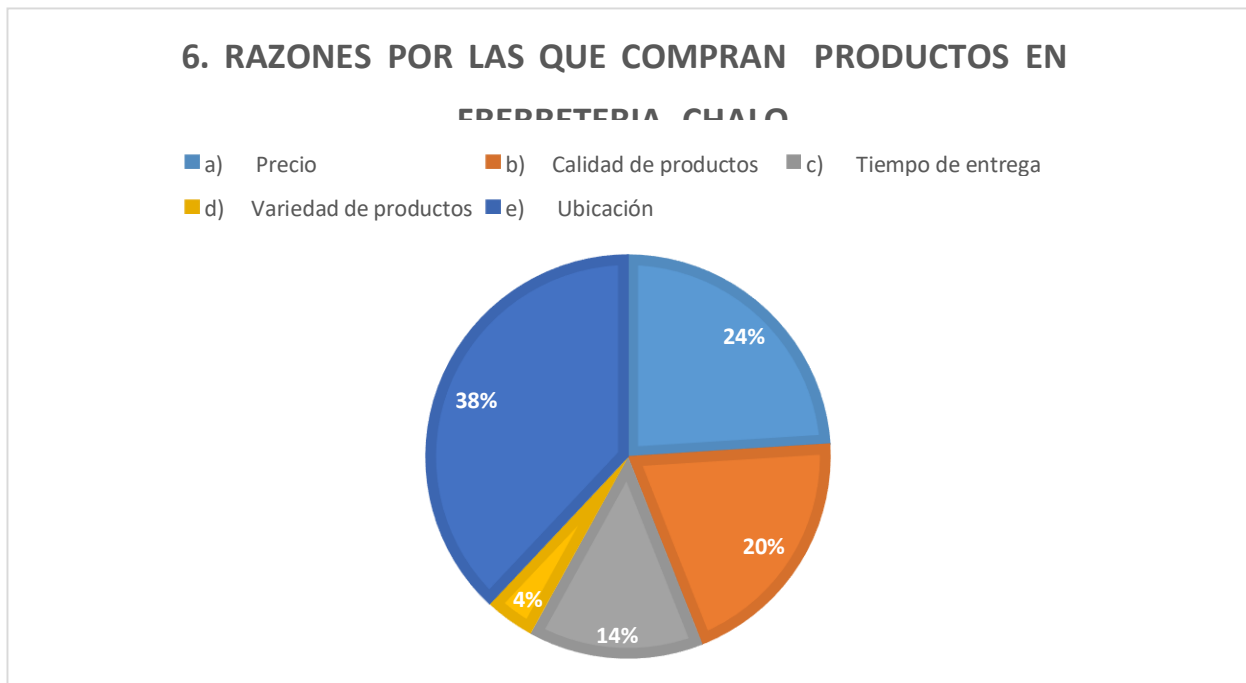
Fuente: Elaboración propia (2019).

Gráfico 5



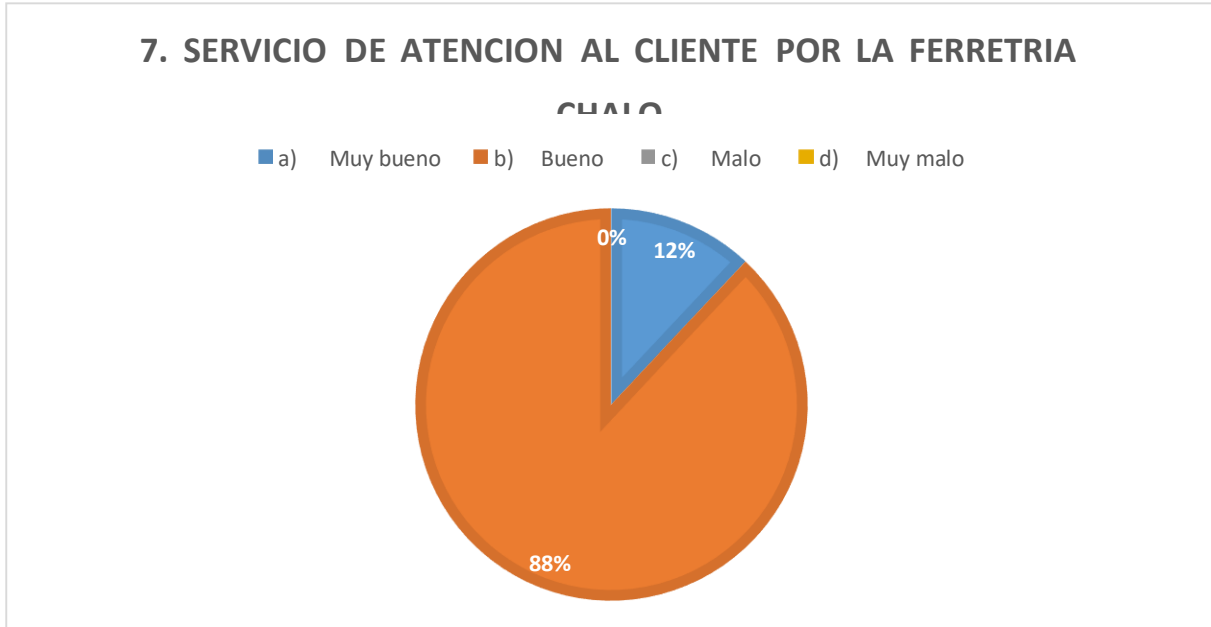
Fuente: Elaboración propia (2019).

Gráfico 6



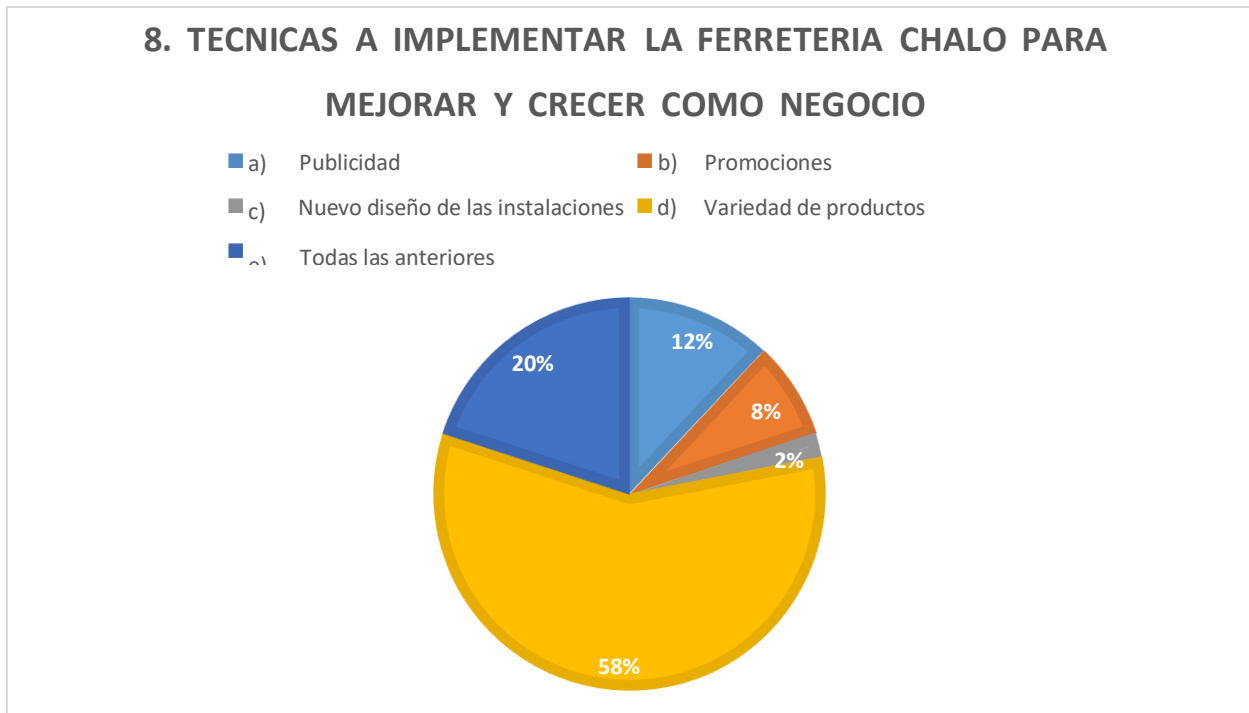
Fuente: Elaboración propia (2019).

Gráfico 7



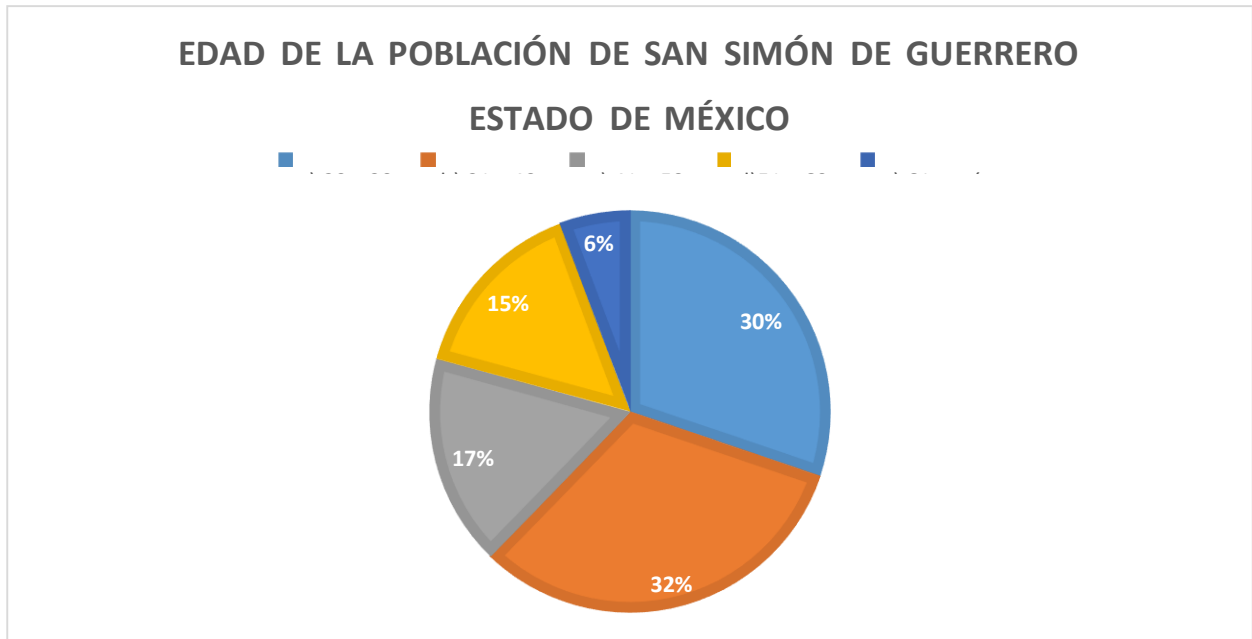
Fuente: Elaboración propia (2019)

Gráfico 8



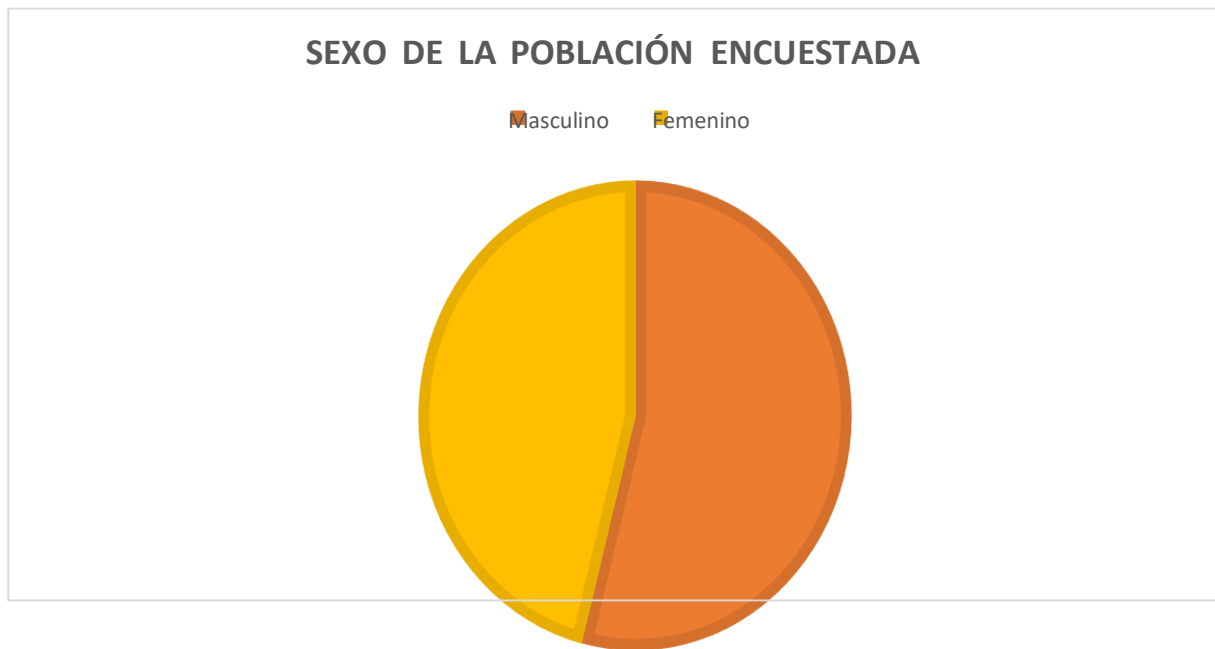
Fuente: Elaboración propia (2019).

Gráfico 9



Fuente: Elaboración propia (2019).

Gráfico 10



Fuente: Elaboración propia (2019).