



FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TRABAJO DE GRADUACIÓN
"PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA "FERRETERÍA LA
EXITOSA".

PARA OPTAR AL GRADO DE:
LICENCIADO/A EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

PRESENTADO POR:
Br. Mariflor Hernández Meléndez.
Br. Carla Gabriela Carrillo Gómez.
Br. Verónica Del Carmen Rivera Mayen.

SANTA TECLA, OCTUBRE DE 2025



AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

ING. ROSENDO MAURICIO SERMEÑO PALACIOS

RECTOR

DR. FRANCISCO ALFREDO CARRILLO LAREYNAGA

VICE-RECTOR

ING. ROOSELVET ADOLFO OSORIO

SECRETARIO GENERAL

LIC. CARLOS ALBERTO COCA MUÑOZ

FISCAL

LIC. ALVARO LEMUS MARTINEZ

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

LIC. ULISES SALAZAR FLORES

DIRECTOR DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

SANTA TECLA, OCTUBRE DE 2025



ASESOR

Licda. Zoila Gloria Hernández Platero

JURADO EVALUADOR

Licda. Sindy Banessa González De Mejía

Ing. Joaquín Miguel Hernández Rodríguez

Lic. Tomas Enrique Sánchez Sicilia

UNIVERSIDAD TÉCNICA LATINOAMERICANA

ACTA DE CALIFICACIÓN DE
DEFENSA DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

No. TRES MIL QUINIENTOS CUARENTA Y SEIS

A las ocho horas y treinta minutos del sábado cuatro de octubre de dos mil veinticinco. Reunidos los Miembros del Tribunal Examinador del Trabajo de Graduación presentado por MARIFLOR HERNANDEZ MELENDEZ en el salón de sesiones de la UNIVERSIDAD TÉCNICA LATINOAMERICANA. Se procedió:

PRIMERO: Que habiendo analizado el Trabajo de Graduación titulado:

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA "FERRETERIA LA EXITOSA".

Se dio por aprobada, la parte escrita.

SEGUNDO: Que, con base a dicha aprobación de la parte escrita, se procedió a instalar la respectiva defensa oral del trabajo.

De conformidad a los resultados en dicha defensa, este Tribunal Examinador acuerda dar por APROBADA, con una calificación de ~~SIETE PUNTO CUATRO~~ 4), el Trabajo de Graduación presentado por la alumna arriba detallada obteniendo a partir de esta fecha su calidad de: LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS.

No habiendo más que hacer constar, damos por terminada el acta que firmamos.

LICDA. SINDY BANESSA GONZALEZ DE MEJIA

ING. JOAQUIN MIGUEL HERNANDEZ RODRIGUEZ

LIC. TOMAS ENRIQUE SANCHEZ SICILIA

ING. ROOSELVEY ADOLFO OSORIO
SECRETARIO GENERAL



UNIVERSIDAD TÉCNICA LATINOAMERICANA

ACTA DE CALIFICACIÓN DE
DEFENSA DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

Nº. TRES MIL QUINIENTOS CUARENTA Y SIETE

A las ocho horas y treinta minutos del sábado cuatro de octubre de dos mil veinticinco. Reunidos los Miembros del Tribunal Examinador del Trabajo de Graduación presentado por CARLA GABRIELA CARRILLO GOMEZ en el salón de sesiones de la UNIVERSIDAD TÉCNICA LATINOAMERICANA. Se procedió:

PRIMERO: Que habiendo analizado el Trabajo de Graduación titulado:

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA "FERRETERIA LA EXITOSA".

Se dio por aprobada, la parte escrita.

SEGUNDO: Que, con base a dicha aprobación de la parte escrita, se procedió a instalar la respectiva defensa oral del trabajo.

De conformidad a los resultados en dicha defensa, este Tribunal Examinador acuerda dar por APROBADA, con una calificación de ~~SETE PUNTO DOS~~ (7.2), el Trabajo de Graduación presentado por la alumna arriba detallada obteniendo a partir de esta fecha su calidad de: LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS.

No habiendo más que hacer constar, damos por terminada el acta que firmamos.

LICDA. SINDY BANESEA GONZALEZ DE MEJIA

ING. JOAQUIN MIGUEL HERNANDEZ RODRIGUEZ

LIC. TOMAS ENRIQUE SANCHEZ SICILIA

ING. ROOSELVEY ADOLFO OSORIO
SECRETARIO GENERAL



UNIVERSIDAD TÉCNICA LATINOAMERICANA

ACTA DE CALIFICACIÓN DE
DEFENSA DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

No. TRES MIL QUINIENTOS CUARENTA Y OCHO

A las ocho horas y treinta minutos del sábado cuatro de octubre de dos mil veinticinco. Reunidos los Miembros del Tribunal Examinador del Trabajo de Graduación presentado por VERONICA DEL CARMEN RIVERA MAYEN en el salón de sesiones de la UNIVERSIDAD TÉCNICA LATINOAMERICANA. Se procedió:

PRIMERO: Que habiendo analizado el Trabajo de Graduación titulado:

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA "FERRETERIA LA EXITOSA".

Se dio por aprobada, la parte escrita.

SEGUNDO: Que, con base a dicha aprobación de la parte escrita, se procedió a instalar la respectiva defensa oral del trabajo.

De conformidad a los resultados en dicha defensa, este Tribunal Examinador acuerda dar por APROBADA, con una calificación de ~~diez~~ **diez puntos cero (10)**, el Trabajo de Graduación presentado por la alumna arriba detallada obteniendo a partir de esta fecha su calidad de: LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS.

No habiendo más que hacer constar, damos por terminada el acta que firmamos.

LICDA. SINDY BANESSA GONZALEZ DE MEJIA

ING. JOAQUIN MIGUEL HERNANDEZ RODRIGUEZ

LIC. TOMAS ENRIQUE SANCHEZ SICILIA

ING. ROOSELVET ADOLFO OSORIO
SECRETARIO GENERAL



Agradecimientos

Verónica Del Carmen Rivera Mayen

Agradezco primeramente a **Dios** por darme la oportunidad de llegar hasta este momento de mi vida ya que nada de esto sería posible sin el **Dios** ha sido quien me ha abierto muchas puertas de bendición durante todo el tiempo que llevo estudiando.

Con mucho amor y orgullo agradezco a mi madre **María del Carmen Mayen** que siempre me apoyaba en mis decisiones por ser esa motivación de querer superarme en la vida también a mi padre **José Nicolás Rivera** que aun en medio de su enfermedad me motivaba para seguir estudiando les agradezco por haberme educado por todos los esfuerzos, sacrificios que hicieron para darme lo mejor y querer que yo sea una mujer preparada y aunque ya no estén con vida siempre serán mi mayor ejemplo y tengo que agradecerles por todo lo que me dieron en vida fueron los mejores padres que **Dios** pudo poner en mi vida.

Agradezco a mi esposo **Alexander Castillo** que ha sido un apoyo incondicional sin su ayuda nada de esto sería posible gracias por apoyarme en todo.

Agradezco a mis hermanos que han sido mi apoyo en esta carrera ya que cuando se me presentaba cualquier inconveniente podía contar con ellos.

A mis jefas **Ana Luz Hernández** y **Rosa Marta Hernández** desde el inicio que entre a trabajar me motivaron a inscribirme en la Universidad gracias porque me dieron la oportunidad de poder estudiar en horas de trabajo.

Mariflor Hernández Meléndez

Lic. En administración de empresas.

Universidad técnica latinoamericana.

Agradezco a Dios, que me ha dado la vida, la salud y la sabiduría en el transcurso de mi carrera universitaria, así como la oportunidad de compartir con mi familia padres, hermanos y amigos una de las etapas más felices de mi vida, gracias porque nunca me dejaste perder la fé en las dificultades y en los momentos más difíciles, gracias porque ahora soy lo que ayer soñé.

A mis amados padres, hermanos y amigos.

Celina Iveth Meléndez De Hernández, José Tomas Hernández Córdova, a mis Hermanos y abuelita María Corina Córdova, a ustedes les dedicó unas palabras como un reconocimiento a su esfuerzo y apoyo incondicional que siempre me brindaron en el transcurso de mi vida y mis estudios, gracias porque han sido mi motor para salir adelante en la adversidad para ser de mi lo que hoy soy, gracias por su apoyo incondicional durante mi camino hacia la graduación su aliento y amor me han dado fuerzas para alcanzar este logro.

Querido abuelo: **Nicomedes Hernández Flores**

En este día tan especial quiero agradecerte por cada una de tus enseñanzas y por ser mi guía a lo largo de mi vida, tu amor, paciencia y aliento fueron fundamentales en mi camino tus palabras sabias siempre resonaran en mi corazón y me recordaran la importancia de nunca rendirme, gracias por ser mi inspiración y mi mayor admirador, te quiero hasta el cielo.

Carla Gabriela Carrillo Gómez

Quiero iniciar dirigiendo unas palabras de agradecimiento primeramente a **DIOS** todo poderoso por darme la sabiduría en todo el transcurso de mi carrera profesional, sobre todo en la realización de mi tesis, también a la **Universidad Técnica Latinoamericana**, quien me ha dado la oportunidad de conocer, explorar e incrementar mis conocimientos, competencias y herramientas para volverme la mejor profesional posible en mi ramo. Siempre teniendo como único rival a vencer una versión previa de mí.

De igual manera, valoro ampliamente el papel de mi tutora: **LIC. Zoila Gloria Hernández**, de igual manera al **LIC. Ulises Salazar** quienes nos han escuchado, aconsejado y guiado durante el proceso de investigación, lectura, análisis, opinión y escritura del presente trabajo. Este trabajo de tesis es resultado de largas horas de trabajo. No hubiera recorrido todo ese camino de no ser por la guía intelectual de mi tutora y nuestro estimado **LIC. Salazar**

También debo extender mi reconocimiento y gratitud a la labor de mis docentes, quienes me han transmitido a lo largo de estos años múltiples conocimientos. En ellos he visto ejemplos de grandes profesionales de mi ramo enfocados a la enseñanza. Aunque el tercer párrafo de esta breve lista de agradecimiento está dedicado a ellos: a mis queridos padres, **María Catalina Gómez Alvarado y Rigoberto Carrillo Miranda**, que me apoyaron de forma constante e incondicional a lo largo de mis estudios. Agradezco su amor incondicional, en el trabajo que han hecho para ayudarme y protegerme a lo largo de los años. Mi título es antes que mío, de ellos.

Agradezco también a mis estimados compañeros de trabajo, Lic. Julio Pérez y Lic. Alejandro Roldan por esas palabras de motivación para que yo culminara mi carrera profesional, sus consejos, su amistad. También aquí quiero mencionar a mis compañeras: **Mariflor Hernández Meléndez y Verónica Del Carmen Rivera Mayen** con quienes hemos vivido

muchas aventuras a lo largo del desarrollo de este trabajo final, estarán en mi mente para siempre. También a la empresa Ferretería La Exitosa por permitirnos desarrollar nuestra tesis en su prestigioso lugar ya que si no fuera por usted no lo hubiéramos podido realizar.

Por último, quiero recordar cuando años después lea este trabajo, que fui capaz de trabajar de manera activa para lograr mis sueños.

Contenido

Introducción	10
Capítulo 1: Planteamiento Del Problema.	11
1.1 Situación problemática	11
1.2 Descripción del problema	11
1.3 Formulación del problema	12
1.4 Justificación	12
1.4.1 Justificación práctica	13
1.4.2 Justificación económica	13
1.4.3 Justificación social	13
1.4.4 Justificación académica	13
1.4.5 Justificación tecnológica	14
1.5 Objetivos	14
1.5.1 Objetivo general	14
1.5.2 Objetivos específicos	14
1.6 Delimitación de la investigación	15
1.6.1 Delimitación teórica	15
1.6.2 Delimitación espacial:	16
1.6.3 Delimitación temporal:	17
Capítulo 2: Marco De Referencia	17
2.1 Marco histórico	17
2.1.1 Historia el distrito de La Libertad, municipio La Libertad Costa, departamento de La Libertad	17
2.2 Marco teórico	23
2.2.1 Planeación estratégica	23
2.2.2 Plan de negocios	30
2.3 Marco conceptual	42
2.4 Marco legal	43
2.4.1 Código de comercio	43
2.4.2 Ley del registro de comercio	44

2.4.3	Código de trabajo	44
2.4.4	Transferencia de bienes muebles y prestación de servicios fiscales.	44
2.4.5	Ley de marcas y otros signos distintivos	45
2.4.6	Ley general de prevención de riesgos en los lugares de trabajo.	45
Capítulo 3: Metodología De La Investigación		46
3.1	Métodos	46
3.1.1	Tipos de investigaciones	46
3.2	Población y muestra	47
3.2.1	Determinación de la población	47
3.3	Muestra de población finita	47
3.3.1	Determinación de la muestra	47
3.3.2	Cálculo de muestra de empleados	48
3.3.3	Cálculo de muestra de clientes actuales	49
3.3.4	Cálculo de muestra de clientes potenciales	50
3.3.5	Técnicas e instrumentos	50
3.3.6	Instrumentos de recolección de información	51
3.3.7	Resultados de la investigación	52
Capítulo 4 Propuesta Del Plan De Negocios Para Ferretería La Exitosa.		62
4.1	Resumen ejecutivo	62
4.1.1	Descripción de la empresa:	63
4.2	Plan de operaciones.	110
4.2.1	Programa de capacitación para personal de ventas	110
4.3	Plan de mercadeo	113
4.3.1	Objetivo General:	113
4.3.2	Objetivos Específicos:	113
4.3.3	Propuesta de marketing mix (precio, plaza, producto, promoción)	114
4.4	Plan financiero.	128
Capítulo 5 Conclusiones Y Recomendaciones		137
Bibliografía		140
Anexos		141

Introducción

El presente trabajo consiste en una propuesta de un plan de negocios para Ferretería La Exitosa, con esta propuesta se busca aumentar las ventas considerando que la empresa es una empresa comercial, dedicada a la comercialización de materiales de construcción, al hacer un análisis comparativo en el cuadro de ventas en los últimos tres años, se identificó que ha habido una disminución de ventas, por lo cual es importante implementar medidas para que las ventas aumenten, y así evitar que la Ferretería cierre sus instalaciones.

El propósito del plan de negocios es demostrar la estrategia comercial a largo plazo de la organización, también asegurar financiamiento de inversionistas y solventar las necesidades comerciales de la empresa.

Consta de cinco partes, la primera parte describe la naturaleza del trabajo de grado, como planteamiento del problema, motivo y propósito. El segundo capítulo presenta marco histórico, marco teórico, marco conceptual, marco legal. El tercer capítulo presenta metodología de la investigación, los resultados de la investigación. El cuarto capítulo presenta el desarrollo de la propuesta del plan de negocios para Ferretería La Exitosa, y por ultimo las conclusiones, recomendaciones, bibliografía, anexos.

Capítulo 1: Planteamiento Del Problema.

1.1 Situación problemática

Ferretería La Exitosa ubicada en distrito La Libertad, municipio La Libertad Costa, departamento de La Libertad, se dedica a la comercialización de materiales de construcción, los que representan un alto porcentaje del total de ventas en la empresa. Al hacer un análisis comparativo en el cuadro de ventas en los últimos tres años, se identificó que dichos materiales de construcción han tenido una disminución en sus ventas.

El entorno del mercado actual cambia día a día y han surgido nuevos negocios que representan mayor competencia, dado que la zona de distrito La Libertad, municipio La Libertad Costa, departamento de La Libertad, actualmente goza de un mercado de construcción ascendente. Si esta empresa no implementa medidas administrativas mercadológicas en el corto o mediano plazo; corre el riesgo de cerrar su negocio.

1.2 Descripción del problema

La problemática de la disminución de ventas puede obedecer a diferentes causas observadas e identificadas a continuación, se mencionan:

1. Servicio de atención al cliente de Ferretería La Exitosa, con tiempos de espera largos, poca o nula interacción con los clientes, los vendedores no brindan información suficiente sobre los materiales de construcción.
2. Precios de Ferretería La Exitosa un poco más altos con respecto a los precios de la competencia.
3. Ausencia de programas de inducción y capacitación previa para personal de nuevo ingreso.

4. Zona geográfica con potencial del mercado (hay crecimiento en proyectos de construcción), no ha sido identificado puntualmente por Ferretería La Exitosa para ofrecer sus productos.
5. Banco de proveedores actuales no acorde a las necesidades del mercado actual.
6. Técnicas de administración y de mercado implementadas desactualizadas.
7. Desconocimiento específico de proyectos de construcción existentes en la zona geográfica y alrededor del distrito de La Libertad, municipio La Libertad Costa, departamento de la Libertad, que pueden demandar los productos de construcción.
8. Poco personal de ventas en rutas.

1.3 Formulación del problema

¿Cómo diseñar un plan de negocios que propicie un incremento en las ventas de la empresa Ferretería La Exitosa?

1.4 Justificación

En el Mercado actual, la competencia y la nueva forma de comercializar los productos, servicios exige, calidad y eficiencia a las empresas en los diferentes procesos de comercialización, la mayoría de las empresas carecen de procesos eficientes y un plan de negocios, que ayuden a lograr los objetivos fundamentales de la empresa.

Ferretería La Exitosa ha logrado mantenerse en el mercado de construcción gracias a que los productos que comercializa se han caracterizado por tener alta demanda en las diferentes zonas geográficas de distrito La Libertad, municipio La Libertad Costa, departamento de La Libertad. Sin embargo, con el aumento de la competencia en el mercado, las ventas disminuyeron; por lo tanto, es necesario determinar nuevos métodos y estrategias de negocio, para implementar en Ferretería La Exitosa, ajustando así los niveles de caída de ventas.

1.4.1 Justificación práctica

Elaborar un plan de negocios para Ferretería La Exitosa permitirá a la empresa optimizar sus recursos, mejorar su estrategia comercial y potenciar sus ventas. A través de un análisis detallado del mercado, la competencia y las oportunidades de crecimiento, se podrán implementar estrategias efectivas para atraer y retener clientes, aumentando así la rentabilidad del negocio.

1.4.2 Justificación económica

El sector ferretero juega un papel clave en el desarrollo económico local, ya que provee materiales y herramientas esenciales para la construcción, remodelación y mantenimiento de infraestructuras. Un plan de negocios bien estructurado permitió en la práctica que Ferretería La Exitosa fortalezca su posición en el mercado, genere empleo y contribuya al desarrollo económico de la comunidad mediante un incremento en sus ventas y expansión de operaciones.

1.4.3 Justificación social

Una ferretería eficiente y competitiva no solo beneficia a sus propietarios, sino también a clientes y proveedores. Al optimizar su modelo de negocio, la empresa podrá ofrecer mejores precios, mayor variedad de productos y un mejor servicio al cliente, impactando positivamente en la satisfacción y experiencia de compra de la comunidad.

1.4.4 Justificación académica

Desde el punto de vista académico, esta investigación contribuyó al estudio y aplicación de estrategias de gestión empresarial en el sector ferretero, proporcionando un caso práctico que servirá como referencia para futuras investigaciones. Además, permitirá aplicar conocimientos teóricos en administración, mercadotecnia y finanzas en un entorno real, validando la efectividad de diversas estrategias de negocio.

1.4.5 Justificación tecnológica

En la era digital, muchas pequeñas y medianas empresas aún no han implementado herramientas tecnológicas para mejorar su gestión. Este estudio puede incluir estrategias digitales como el uso de plataformas de comercio electrónico, marketing digital y sistemas de gestión de inventarios, lo que permitirá a la ferretería modernizar sus procesos y mejorar su competitividad en el mercado.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Diseñar una propuesta de plan de negocios para aumentar la comercialización de productos de construcción de Ferretería La Exitosa, en el distrito de La Libertad, municipio La Libertad Costa.

1.5.2 Objetivos específicos

- Realizar un análisis de mercado, para conocer los gustos y preferencias de los clientes actuales y potenciales, con el resultado de esto proponer estrategias que permitan a Ferretería La Exitosa mayor participación en el mercado.
- Identificar los productos y servicios con mayor potencial para la empresa, y proponer acciones que permitan a Ferretería La Exitosa mayor participación en el mercado.
- Evaluar la gestión actual de la dirección, administración y de acuerdo con los resultados proponer medidas a implementar para apoyar el crecimiento de las ventas en la ferretería.
- Crear políticas de ventas, que mejoren la atención al cliente y optimicen los procesos comerciales de la organización, asegurando un servicio al cliente, eficaz y eficiente.

- Proponer una estrategia de marketing y ventas que ayuden incrementar las ventas de Ferretería La Exitosa.
- Incrementar las ventas de la empresa mediante la incorporación de nuevos productos que responde a las necesidades del mercado asegurando su rentabilidad a través de una gestión financiera.

1.6 Delimitación de la investigación

La investigación está orientada investigar los determinantes de la demanda concernientes a los siguientes productos: cemento CESSA Holcim, bloque entero 10x20x40cm saltex, bloque mitad (dado) 10x20x20cm saltex, bloque solera 10x20x40cm saltex, bloque entero 15x20x40cm saltex, bloque entero 20x20x40cm saltex, bloque mitad (dado) 20x20x20cm saltex, ladrillo calavera - rojo tradicional oferta sin flete, cemento fortaleza bolsa 42.5kg, hierro corrugado 1/2" corinca g.40 varilla 6mt, hierro corrugado 3/8" corinca g.40 varilla 6mt (14var=1qq), tubo cuadrado galvanizado 4" (1.5mm) estructural, polín c 4" galvanizado (1.50mm) 31.5lb, tubo rectangular galvanizado 4"x2" (1.5mm) estructural, tubo rectangular galvanizado 2"x1" (1.2mm), tubo cuadrado galvanizado 1" (1.5mm) estructural.

1.6.1 Delimitación teórica

En la investigación nos enfocamos en toda aquella información de carácter histórico para conocer origen de la empresa, se dará una descripción de las teorías que sustentan el estudio de plan de negocios.

Las teorías que sustentan el estudio son:

- ✓ La planeación estratégica, los tipos de estrategias y sus elementos.
- ✓ El plan de negocios, sus etapas, elementos y tipos de negocios y sus modelos según los autores presentados los cuales se mencionan a continuación.

- Longenecker
- Stutely
- David Bangs
- Brian finch
- Villarán
- Chiavenato

1.6.2 Delimitación espacial:

La investigación se ha realizado en las instalaciones de Ferretería La Exitosa ubicada en el distrito de La Libertad, municipio La Libertad Costa, departamento de La Libertad dirigida a los empleados, por otra parte, se realizó encuestas a personas dedicadas a la construcción de los cuales se han seleccionado los lugares dónde hay auge de construcción siendo estos:

Tabla 1.

Criterios de inclusión y exclusión.

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Distritos	Distritos
☐ La Libertad	☐ Comasagua
☐ Tamanique	☐ Jicalapa
☐ Chiltiupan	
Proyectos de construcción en las siguientes zonas:	Proyectos de construcción en zonas diferentes a las incluidas
LA LIBERTAD	COMASAGUA
Cantones	Cantones
El centro	☐ La Shila
☐ Cangrejera	☐ El Matazano
☐ El Cimarrón	☐ El Faro
☐ San Diego	
☐ Melara	
☐ Santa cruz	
☐ Morral	
☐ Los Ángeles	
☐ La Preza	

☐ Conchalio	
TAMANIQUE	JICALAPA
Cantones	Cantones
☐ Sunzal	☐ La Perla
☐ Majahual	☐ Mizata
☐ Tunco	☐ San Jose
☐ El Palmar	
☐ San Alfonso	
CHILTIUPAN	
Cantones	
☐ El Zonte	
☐ Julupe	
☐ Taquillo	
☐ Shalpa	
☐ Regadillo	

1.6.3 Delimitación temporal:

La investigación se realizó durante los meses de febrero de 2024 a octubre de 2024, periodo que corresponde a las fases inicial y adaptativa de la propuesta del plan de negocios para Ferretería La Exitosa.

Capítulo 2: Marco De Referencia

2.1 Marco histórico

2.1.1 Historia el distrito de La Libertad, municipio La Libertad Costa, departamento de La Libertad

Datos geográficos

La Libertad es un distrito que forma parte del municipio de La Libertad Costa. Se encuentra en el departamento de La Libertad, en El Salvador. En el año 2024, su población era de 44.761 habitantes.

A esta ciudad también se le conoce como Puerto de La Libertad o simplemente El Puerto. La economía de La Libertad se basa en la agricultura, el turismo y la pesca. Es un lugar muy

popular para el ocio y la diversión en la playa. Esto se debe a su cercanía con la capital y a que, desde hace mucho tiempo, ha sido el puerto más cercano a San Salvador. Por eso, encontrarás muchos restaurantes de comida de mar, hoteles y centros comerciales junto a la playa. (kiddle, 2025)

La frontera del municipio La Libertad Costa, comprende los distritos de Huizúcar al norte, San Juan Talpa al sur, la isla de Tamanique al este y suroeste, y las ciudades de San Salvador, Zaragoza y Comasagua en el Océano Pacífico sur. Puerto La Libertad es un pueblo con una superficie de 162 kilómetros cuadrados. Hay una terminal portuaria. Aunque su territorio no es montañoso, cuenta con importantes montañas como Tigre, Soconusco, El Sancudo y La Aguja. También tiene muchos ríos, cañones, esteros y playas.

**Fundación de distrito La Libertad, municipio La Libertad Costa,
departamento de La Libertad.**

En 1769, durante la época colonial, existían tres haciendas: Tepe agua, San Diego y San Juan. La historia de la ciudad comienza aquí. El Puerto de La Libertad fue inaugurado en 1824 y se permitió el comercio con el exterior en 1831. En 1848, querían que se construyera un camino hacia el puerto. El servicio portuario se estableció por primera vez en 1853 en la Bahía La Libertad, una playa con sólo diez casas. En 1858. El Puerto de La Libertad emitió una constitución para la mitad del gobierno de la ciudad, incluido un alcalde, dos concejales y un representante, el 19 de junio del mismo año. En 1865 pasó a formar parte del Ministerio de La Libertad. Cuatro años más tarde, el 7 de octubre, se inaugura el muelle. El 10 de marzo de 1874 se le dio el título de Villa y el 23 de agosto de 1957 adquirió el de Ciudad.

Ruta turística.

El Puerto La Libertad es uno de los destinos turísticos más populares de El Salvador. En términos de infraestructura, la ciudad cuenta con malecones, restaurantes, anfiteatros y centros de negocios, y en términos de recursos naturales, existen dieciséis hermosas playas para el spa y el surf, como Las Flores, Santiago, El Obispo, La Paz y Majagual. Estos atractivos se complementan con el Parque Nacional Walter Thiero Deininger, donde los visitantes pueden ver bosques con muchas especies de animales y plantas, climas pequeños, investigaciones de estudios ecológicos, campamentos, rappel, ciclismo y caminatas. También está la Cueva del Encanto, el río Amayo y el lago El Salto.

Distrito de La Libertad, municipio La Libertad Costa, departamento de La Libertad, Turismo y Crecimiento Económico.

El año 2010 se readecuó el muelle y el malecón; a partir de esa fecha el comercio, los servicios y la actividad turística son en el motor de la economía. Los renglones gastronómicos, restaurantes, clubes, hoteles, tiendas comerciales, panaderías y molinos se desarrollaron en la zona y han contribuido al crecimiento de la economía local.

Además, se han incorporado nuevos proyectos que aportan al crecimiento económico de El Salvador como, por ejemplo: el proyecto el proyecto Surf City, que fue inaugurado en febrero de 2021, que comprende la ampliación de la carretera de la libertad del municipio de Zaragoza y la construcción del Bypass, algunos datos representativos que aportan al crecimiento económico son:

- La pavimentación de 15 kms de carretera con concreto hidráulico desde Zaragoza hasta Baipás municipio de La Libertad costa.
- El Baipás tiene una longitud de 6.5 kms.

- Puente de circunvalación es, con diferencia, el puente más largo y alto del país.
- Diariamente tiene un flujo vehicular promedio de 10,000 vehículos en días de semana y hasta 25,000 en fines de semana por lo que esta obra representa una gran ventaja para quienes transitan por la vía.
- La vía a Surf City es beneficiosa para el turismo y los negocios al reducir el tiempo de conexión con la región costera de La Libertad y la carretera costera.

Este proyecto forma parte del proceso estratégico del Gobierno Central por posicionar El Salvador como destino turístico para el Surf, así como para el desarrollo del comercio que viene a beneficiar a los comerciantes y empresas del municipio de La Libertad costa, impactando a muchas personas de diversos sectores, como son hoteles, restaurantes, comerciantes, etc, permitiendo también el desarrollo e incrementos de las construcciones en el sector turístico. Ante este desarrollo, Del Sur, Filial Internacional del Grupo de Medellín Colombia, ha decidido apostarle a una significativa inversión de \$100 millones para los próximos cinco años, estará centrado en el crecimiento en la demanda en zonas claves como La Libertad, ya que le permitirá tener una mejor red de distribución eléctrica. Del Sur, la mejorará para cubrir la demanda energética, por lo tanto, de redes de distribución eléctrica que respondan a este desarrollo.

También se enfocará en nuevas tecnologías para incorporar fuentes renovables a su generación energética, entre los periodos de 2024-2027, habilitará nuevas tecnologías a la operación, impulsando la eficiencia energética y elevando el nivel de conciencia de la economía circular en el desarrollo de las operaciones, teniendo como objetivo principal tener una mayor capacidad de red para la transferencia de carga de la zona metropolitana del país, así como mejorar la calidad del servicio en los diferentes sectores.¹

¹ <https://www.presidencia.gob.sv/tres-proyectos-anclas-del-gobierno-en-el-departamento-de-la-libertad-para-aumentar-el-desarrollo-economico/>

Entre el 2024-2025, se sumó en Surf City, donde se invirtieron \$ 25 millones a través de un proyecto de reposición y expansión de redes, además se incorporarán redes subterráneas, iniciando con el casco urbano en el distrito de La Libertad y siguiendo en la zona costera. Los proyectos de infraestructura turística en el desarrollo de Puerto La Libertad contribuirán al desarrollo local y acelerarán la economía del país. Entre las obras están:

- Parque de aventuras Walter Thilo Deininger.
- Parque de diversiones en el área del malecón de El Puerto de La Libertad
- Laboratorio gastronómico.

En el parque Walter Thilo Deininger, tanto turistas nacionales como internacionales van a poder hacer camping y senderismo. Con respecto al parque de diversiones, cuentan con juegos mecánicos, también se proyecta que esté listo este año. En este mismo sector también se inauguró la zona gastronómica, en cuanto al proyecto gastronómico, de cocina salvadoreña, es desarrollado con el apoyo del programa mundial de alimentos de las naciones unidas, el cual dará oportunidades a los jóvenes de El Puerto de La Libertad.

Todas estas construcciones, desarrollo de edificios residenciales y comerciales, renovación de hoteles y restaurantes conducen al desarrollo de infraestructuras y por tanto a un aumento de la demanda de productos regionales. Nuevos proyectos de seguridad inmobiliarios en La Libertad traen consigo \$1,000 millones en inversión. La nueva inversión generará aproximadamente 2,000 empleos de manera directa e indirecta, con los cuales se busca apoyar, principalmente, a los lugareños. Algunos de los proyectos de inversión son:

1. Construcción de 1,000 viviendas de lujo en un espacio de 300 manzanas, un hospital, una escuela, una universidad y centros recreativos, se encuentra en San Blas.
2. Construcción de 1,200 viviendas, con vistas al mar en la playa San Diego.

3. Construcción de un edificio con 5 manzanas y en conjunto de 10 edificios cada uno de ocho niveles a orillas de punta roca.

4. Construcción de un moderno complejo en el distrito de La Libertad, municipio La Libertad costa, dicho complejo está compuesto por un hotel, parque acuático, centro comercial, cuatro torres de apartamentos, bungalow y 12 plantas de tratamientos.

5. El gobierno también anuncio un nuevo importante proyecto en la playa Mizata, se trata de Ocean Breeze, un moderno complejo con apartamentos y atracciones, con el objetivo principal de generar cientos de empleos para los habitantes de la zona, en este proyecto está un equipo a cargo con permisos del ministerio del medio ambiente, con el fin de garantizar la protección de los recursos naturales y el entorno de los residentes de la zona.² (republica)

Distrito de La Libertad, municipio La Libertad Costa, departamento de La Libertad, surgimiento y crecimiento de ferreterías

Las ferreterías son conocidas desde hace mucho tiempo por vender herramientas y equipos manuales, a medida que pasaba el tiempo, las herramientas se volvieron más complejas, se desarrollaron y mejoraron más dispositivos electrónicos para facilitar que el trabajo de los ingenieros sea más rápido y preciso.

A lo largo del tiempo, la industria ha experimentado avances significativos, centrados en el desarrollo de herramientas, equipos y materiales más avanzados para la optimización de procesos de construcción y otros.

² <http://www.Construir.Connectab2b.com/post/contruir%c3A1n-moderno-complejo-en-la-libertad-el-salvador>

Sin embargo, las reducciones de capital son la norma para las empresas de hardware, especialmente las pequeñas y medianas, ya que las grandes empresas representan sólo el 15% del mercado y sus productos se venden a clientes externos (como empresas manufactureras, pequeños trabajos de fontanería, etc.)

Según la OPAMSS y su perspectiva de análisis, utilizando las estadísticas socioeconómicas del ministerio de economía, se identifica en el AMSS, durante el periodo 2018-2021, que el sector de construcción redujo su ocupación laboral en 11.51% durante la emergencia de la pandemia. Por ejemplo, entre los años 2018 y 2019 existían casi 50,000 ocupados en este sector; luego, en el año 2020 descendió a 35,000 mientras que en el año 2021 fue cercano a los 40,000 ocupados, en suma, en el contexto de la pandemia se perdió alrededor del 30% de la ocupación laboral.

Sin embargo, la residencia y la fortaleza acumulada del sector construcción empujaron hacia su recuperación paulatina. Para el caso, en el año 2021 la tasa de recuperación laboral fue superior al 12%. Actualmente, para el territorio metropolitano se identifica al menos 20 sectores de renovación urbana, estos dan una prospectiva del auge de la construcción desarrollado en los municipios del AMSS, ellos se ciñen en una rectoría consensuada. (Opass)

2.2 Marco teórico

2.2.1 Planeación estratégica

Concepto

La planeación surge como consecuencia de la competencia entre organizaciones para lograr los objetivos organizacionales. El proceso de planificación estratégica es una herramienta que busca y define ventajas competitivas para alcanzar los objetivos organizacionales.

El proceso de planificación estratégica es una propuesta de desarrollo competitivo a mediano y largo plazo, donde se definen metas, se desarrollan estrategias, se definen actividades que aumentan la competitividad y la sostenibilidad organizacional. Se refiere a las actividades en las que la empresa determina sus objetivos y estrategias, planifica cómo alcanzar sus objetivos y asigna dinero y recursos para la implementación del plan. Acciones creadas y utilizadas por la empresa. La estrategia es la poderosa acción de una empresa elegida, una posición futura que produce beneficios y ganancias respecto a la situación actual. Sin embargo, la estrategia es un arte y una ciencia. La estrategia consiste en la selección de varias opciones disponibles según los factores internos y externos de la organización y en base a la elección de la toma de decisiones. El proceso de planificación estratégica orienta a la organización en su desarrollo y formulación de estrategias que aseguren su desarrollo continuo y sostenible. (Chiavenato, 2017)

El propósito de la planificación estratégica elaborada e implementada por una organización es adaptarse a su contexto de acuerdo con su misión. Drucker define la planificación estratégica como un proceso constante basado en conocer el futuro, donde las decisiones se toman en el momento presente y los resultados alcanzados se miden frente a las expectativas que han surgido, definir los objetivos de la organización y determinar los medios necesarios para alcanzarlos. Exponer una metodología general en el proceso de planificación estratégica es un paso fundamental que sienta las bases para el éxito a largo plazo del negocio. La planificación estratégica implica identificar oportunidades y amenazas que aparecerán en el futuro, lo que, junto con otra información importante, proporciona la base para que la organización tome mejores decisiones en el presente para explotar oportunidades y evitar amenazas. Es una herramienta de vanguardia que consiste en buscar una o más ventajas competitivas de una organización que le permitan mantenerse en el tiempo, dependiendo de la

misión y objetivos y del entorno sobre el medio ambiente y sus recursos disponibles. (Drucker, 1950)

Antecedentes de la planeación estratégica

La estrategia no es realmente nueva, la estrategia siempre ha estado ahí como un modelo que la hace competir y tener éxito. En la antigua Grecia, la estrategia estaba relacionada con la posición, más tarde se convirtió en el arte del generalato, o la forma en que uno usaba sus habilidades para liderar diferentes grupos, involucrando una serie de batallas a lo largo del tiempo. La estrategia también se implementó durante la época de los faraones. Cuando un arquitecto egipcio portaba un papiro que mostraba cómo planificar una estrategia constructiva.

Tipos de competencia

La estrategia representa un enfoque competitivo y la competencia es tan antigua como la vida en nuestro planeta. El fenómeno de la competencia permite comprender mejor la estrecha e íntima conexión entre estrategia y competencia.

2.2.1.1.1 Competencia biológica

La contienda empezó cuando apareció la vida misma y durante millones de años no involucró estrategias. Desde el origen de los organismos unicelulares, la vida en general ha sido una mezcla de altos niveles de cooperación y competencia limitada entre especies. Los primeros organismos unicelulares necesitaban ciertos recursos para mantenerse con vida. A través de una evolución gradual, se convirtieron en una fuente de alimento para formas de vida más complejas a lo largo de la cadena alimentaria. La comunicación y la competencia han evolucionado a lo largo de millones de años. Cuanto más rico es el entorno, más variables existen que potencialmente pueden proporcionar una ventaja única.

2.2.1.1.2 Competencia militar

La guerra fue el ambiente donde nació el concepto de “estrategia”. (“Resumen tarea 1 planeación estratégica - Tabla de contenido - Sudoku”) Los combates constantes y los combates durante siglos hicieron que los militares pensarán antes de actuar. El concepto de estrategia sufre un constante perfeccionamiento y nuevas interpretaciones en el ámbito militar.

Gracias a su antigua visión el general de China, Sun Tzu, mantiene su relevancia, y mencionan la mayor habilidad de un soldado es conquistar las fuerzas enemigas sin luchar. Si la proporción de fuerzas con respecto al enemigo es de 10:1, oblígalo a rendirse, y si es de cinco a uno, atáquelo. Prepara trampas para atacar al enemigo. Si las fuerzas enemigas fueran superiores, evítalo. Cuando el enemigo descansa, azótalo y oblígalo a moverse. Si se encuentra en terreno difícil, no acampes; únete a tus aliados, no luches por el paisaje. No te detengas en terreno ligero. No avancen, no luchen, a menos que la posición sea crítica, al terror puede seguirle la satisfacción. Un imperio destruido nunca podrá volver a existir. Si el enemigo está protegido en todos los puntos, prepárate para tal evento. Mantén la disciplina y adáptate al enemigo. (Chiavenato, 2017)

A partir de la recomendación de Sun Tzu de romper la resistencia del enemigo, se pueden definir dos métodos de intervención: estrategias directas e indirectas.

Estrategia directa o batalla: Consiste en destruir las fuerzas militares enemigas que intentan equilibrar las fuerzas de cada uno. En el contexto de la competencia, simboliza el deseo de lucro, cuyo resultado está determinado por la fuerza, en el campo de la estrategia corporativa, el estilo de intervención significa: productos mejorados y competitivos. Captura de mercado de competidores en segmentos de mercado. Uso de canales de distribución.

Estrategia indirecta o de control: Tiene como objetivo crear una desventaja estratégica para el oponente, quien se ve obligado a retroceder y aceptar la derrota porque siente que no tiene posibilidades de victoria. Una estrategia indirecta permite derrotar al enemigo mediante procesos en el campo de batalla.

En el campo de la estrategia empresarial, el estilo de intervención implica la creación de productos innovadores: en segmentos de mercados vacíos o inexplorados. Uso de canales de distribución no estándar. Desarrollo de capacidades tecnológicas donde la empresa tiene un know-how difícil de imitar. (Chiavenato, 2017)

2.2.1.1.3 La competencia política

Además de la competencia militar, los estrategas se inspiraron en la política. El poder implícito de la política suele esconder detrás de escena una lucha que se asemeja a una lucha militar. La estrategia muestra la estructura de poder y su relación con las políticas de la organización. Las organizaciones son coaliciones de diferentes individuos y grupos de interés. Cada miembro tiene diferentes valores, creencias, intereses y percepciones, lo que genera diferencias y recursos escasos que determinan el poder en la organización. Estas diferencias y la escasez de recursos crean conflictos y hacen del poder un recurso clave en la dinámica organizacional. La estrategia resuelve conflictos y beneficia a todos a través del intercambio y la negociación con las partes interesadas. (Chiavenato, 2017)

2.2.1.1.4 La competencia deportiva.

Desde los Juegos Olímpicos en la antigua Grecia, las competiciones deportivas han mejorado la calidad de vida de las personas, las han hecho más fuertes y poderosas. Los gimnasios eran lugares de reunión donde se discutían ideas importantes. Las primeras experiencias de los Juegos Olímpicos en la antigua Grecia evolucionaron desde lo religioso hasta

lo tecnológico y científico. En Roma se crearon espectáculos de circo y a los no griegos se les permitió la libre competencia. En la Edad Media el caballo se utilizaba en competencias y se tomaban medidas para prevenir lesiones. Hoy en día, la pureza del deporte se ha visto afectada por factores externos como empresarios, políticos y medios publicitarios. Actualmente, los deportistas tienen que compartir lugares en el podio con otros. La recreación se basa en tres elementos: jugadores, reglas y exigencia de resultados. (Chiavenato, 2017)

Se ha elaborado un diagnóstico para que aclare los principales objetivos y qué se han hecho para lograr el objetivo final del negocio.

Quién prepara el plan estratégico: el gerente o gerentes de la empresa, o puede contar con un consultor externo que le ayude a prepararlo. Es muy importante involucrar a todos los trabajadores. Ya que ellos pueden aportar todo su conocimiento para identificar problemas y oportunidades, ayudar a alcanzar los objetivos marcados y contribuir juntos al éxito de la empresa.

Ventajas de la planificación estratégica

Previsión de riesgos y prevención de efectos no deseados, identificación de oportunidades de mercado, mejor rentabilidad y crecimiento de la productividad, la empresa logra ventajas competitivas y aumenta la comunicación y motivación entre los empleados. (Chiavenato, 2017)

Elementos de la planeación estratégica

Misión Organizacional: Este es el elemento que traduce las responsabilidades e intenciones de la organización a su entorno. La misión de una organización representa su razón en la sociedad.

- **Visión organizacional:**

La visión organizacional muestra una imagen del futuro y crea una tensión positiva entre cómo son las cosas y cómo nos gustaría que fueran. Es una fuente de inspiración que estimula y motiva a las personas a realizar sus tareas con éxito.

- **Diagnóstico estratégico externo:**

El objetivo es anticipar oportunidades y amenazas, concretar la visión, misión y objetivos de la organización, analizar el entorno general y los efectos de la industria y la competencia.

- **Diagnóstico estratégico interno:**

Se diagnostica la situación de la organización combinando fortalezas y debilidades para formular estrategias de adaptación al entorno. Se crean mapas del entorno y de las instalaciones para crear escenarios.

- **Determinantes del éxito:**

Ansoff propuso integrar la evaluación de los determinantes del éxito en la planificación estratégica en 1980. Este método es decisivo para identificar los elementos clave del análisis utilizando el modelo FODA y, por tanto, para determinar la política sobre negocios.

- **Definición de objetivos:**

Algunos autores incluyen objetivos en la formulación de estrategias, como los que siguen el modelo de Harvard; mientras que otros los separan, como los seguidores del modelo de Ansoff. En cualquier caso, la organización se esfuerza por alcanzar objetivos importantes, prioritarios y urgentes.

- **Fórmula estratégica:**

Una fórmula basada en el análisis competitivo propuesto por Porter, que examina las 5 fuerzas que influyen en una organización, y la otra propuesta por Freeman, según el cual las estrategias satisfacen las necesidades de los clientes.

- **Organización Formulación de un plan estratégico:**

Un plan estratégico es un plan de acción que requiere implementación a través de programas y proyectos especiales. Un plan estratégico puede ser un plan de acción o un plan de negocios para iniciar o reiniciar un negocio.

Estimar, asignar y gestionar recursos requiere mano de obra. La dirección de la empresa vela por la transparencia en sus relaciones con los grupos de interés, teniendo en cuenta el impacto de las decisiones en un contexto más amplio y su responsabilidad social. (Chiavenato, 2017)

2.2.2 Plan de negocios

Concepto

Un plan de negocios es un documento que muestra de forma clara, precisa y sencilla el efecto de un proceso de planificación. El propósito de este documento es combinar forma y contenido. Formato significa estructura, escritura e ilustración, cuánta atención se le da. (Villaran, 2009)

Un plan de negocios es una táctica documentada de los objetivos y planes de un negocio. Describe el plan de marketing, proyecciones financieras, investigación de mercado, objetivo y misión empresarial. También puede incluir personas clave para lograr objetivos y cronogramas. (Moreno, 2022)

Un plan de negocios es un documento en el que un emprendedor define información relacionada con su negocio. Este plan organiza la información e incluye la estructuración de un documento escrito que contiene las estrategias, políticas, objetivos y actividades que la empresa desarrollará en el futuro. Por lo tanto, significa utilizar el conocimiento pasado para decidir hoy

qué hacer en el futuro. La estructuración de un plan de negocios depende de las necesidades de cada organización y puede ser conciso y breve o amplio y detallado.

Función del plan de negocios

El plan debe introducir los objetivos a corto y largo plazo de la empresa, una relación de los productos o servicios ofrecidos y las oportunidades de mercado esperadas para los mismos. Algunos autores también sugieren que el "plan de negocios" debe entenderse como un estudio que incluye análisis de mercado, industria y competencia, por un lado, y un plan de ingresos desarrollado por la empresa, por el otro mercado con producto y/o servicio, estrategia y tipo de organización. Para esta revisión a corto plazo, proporcione cifras cuantitativas para determinar el atractivo financiero del negocio y la viabilidad financiera de la iniciativa. Y definir una visión de negocio clara y coherente a largo plazo.

Objetivo del plan de negocios

Un plan de negocio es necesario para comprender el entorno operativo de la empresa, identificar oportunidades y amenazas, así como fortalezas y debilidades. Un plan de negocios ayuda a anticipar posibles situaciones inesperadas que afecten las operaciones de la empresa desde una perspectiva interna, organizar los recursos de acuerdo con los objetivos y visión del emprendedor, participar en el equipo necesario, evaluar la demanda y asignar bienes inmuebles. Identificar variables críticas y realizar análisis de escenarios. Además, el plan crea estrategias y planes de acción a corto y mediano plazo basados en información confiable y precisa.

También puede incluir un presupuesto general o un presupuesto especial para sectores económicos que evalúan el desarrollo económico y anticipan las necesidades de capital.

Finalmente, el plan de negocios muestra la capacidad empresarial del emprendedor y los posibles resultados de la empresa a través de simulaciones.

En definitiva, el plan de negocio es una guía interna de las actividades de la empresa y un punto de referencia para evaluar el desempeño. (Villaran, 2009)

Por otro lado, la función financiera externa de un plan de negocios ayuda a encontrar financiamiento para el proyecto, e informar a los inversores potenciales sobre la rentabilidad esperada y el período de recuperación son elementos clave de un plan de negocios. También es importante crear relaciones a largo plazo con proveedores y clientes, vender ideas a socios potenciales y comunicar a todos los grupos de interés la calidad del producto/servicio, el equipo comercial y las estrategias para alcanzar las metas y hacer realidad la visión del emprendedor.

Crear un plan de negocios requiere mucho conocimiento sobre el campo y la empresa, así como buenas habilidades de comunicación escrita. El proceso de redacción de un plan de negocios es de gran ayuda para determinar la viabilidad del negocio, y este plan debe consultarse y actualizarse constantemente para que no se pierda el rumbo del negocio. Es un documento que se escribe, edita y reescribe, porque de cada elemento y variable que lo compone se obtiene la información necesaria, presenta una serie de análisis relacionales con proposiciones que muchas veces requieren regresar al proceso y repetirlo en varias etapas.

Etapas del plan de negocios

Etapas 1: realizar un resumen ejecutivo

Es lo primero, el extracto que debe abrir el plan. Debe enunciar las cuestiones más relevantes que faciliten una mirada veloz de todo lo que contemplará el documento en su totalidad.

Etapas 2: descripción de la empresa-

Describir el negocio, sus productos y su diferenciación de la competencia.

Etapas 3: análisis de mercado y de la competencia

Analizar el mercado en el que se va a operar y de la competencia que se va a tener.

Etapas 4: descripción de productos y servicios

Describir los productos que ofrece la empresa.

Etapas 5: plan de marketing y ventas

Desarrollar una estrategia para dar a conocer los productos y servicios.

Etapas 6: finanzas

Incluye las proyecciones financieras y la necesidad de financiamiento.

Elementos esenciales al crear un plan de negocios:

- A. No es necesario haber completado el estudio de una de las etapas del plan de negocios para continuar con la próxima etapa.
- B. No existe una continuidad sobre la elaboración del plan de negocios y su índice es solo una alusión.
- C. Cada participante involucrado en la elaboración del plan de negocios debe poner en marcha su creatividad, flexibilidad, conocimientos e iniciativa.
- D. Cada vez que se tome una decisión en el plan de negocios, hay que examinar si esta decisión obliga a ajustar otras partes del plan.

Antes de empezar a escribir formalmente el plan de negocios, se debe estar seguro de tener la claridad necesaria para poder responder a las siguientes preguntas:

- a) ¿Cuál es el producto que desea ofrecer?

El producto o servicio que ofrece debe estar definido y diferenciado para ser apreciado por el grupo objetivo.

b) ¿Quiénes son sus clientes, proveedores y competidores potenciales?

El análisis de mercado implica conocer sus competidores, proveedores y clientes. Las empresas competidoras deben analizar el mercado en el que quieren entrar, teniendo en cuenta las barreras de entrada y los contactos con los distribuidores.

c) ¿Qué variables ambientales pueden afectar positiva o negativamente a la idea de negocio y al desempeño de la empresa?

Evaluar oportunidades y amenazas, explotar fortalezas, oportunidades y reducir riesgos y amenazas.

d) ¿Cuál es la visión del emprendedor o empresa y cómo planea lograrla?

Se deben establecer objetivos claros y estrategias adecuadas para lograr los resultados esperados.

e) ¿Cómo va? ¿Estás alcanzando tus objetivos de ventas? ¿Cómo atraer, retener y fidelizar a los clientes?

El plan de marketing incluye una estrategia de marketing relacionada con el producto, el precio, la promoción y la distribución para llegar a los clientes.

f) ¿Cómo se desarrollan los procesos de la empresa para que se satisfagan las necesidades de los clientes?

El plan operativo define el desarrollo y producción del producto o servicio, teniendo en cuenta características técnicas y comerciales. Esto debería incluir decisiones sobre capacidad, ubicación de la planta, mano de obra, inventario, proveedores, tecnología, calidad, estándares, competencia, servicio al cliente e investigación y desarrollo. (Villaran, 2009)

La identificación de oportunidades y amenazas a través del análisis ambiental es fundamental para desarrollar ideas de negocio y tomar decisiones de negocio. Este análisis

debería examinar el factor económico, social, político, jurídico, tecnológico y ambiental, incluido el impacto en los países afectados. El objetivo es identificar variables que puedan representar oportunidades o amenazas para un nuevo negocio o entidad comercial. (Chiavenato, 2017)

Estructura de un plan de negocios

Figura No 1

Estructura de un plan de negocios



Tipos de Planes de negocio

Los planes de negocios deben planificar adecuadamente su crecimiento para evitar el fracaso de nuevas unidades de negocios o la quiebra de toda la empresa. En el plan de negocios, cada unidad debe evaluarse de forma independiente y los costos fijos deben distribuirse entre todas las unidades.

Sin embargo, el plan de negocios de una empresa que opera de manera diferente debe mostrar las fortalezas y debilidades de la empresa. (Villaran, 2009)

- **Plan de Negocios para Nuevas Empresas**

El desarrollo de un plan de negocios para nuevas empresas es necesario para darle forma y estructura a la idea original. Se detalla la descripción de la idea, objetivos, estrategias y planes de acción. Este plan se utilizará en el futuro para brindar retroalimentación y ajustar el negocio si es necesario. (Villaran, 2009)

- **Plan de negocio para inversores**

El plan de negocio debe ser atractivo para los inversores y contener información clave sobre la empresa y su viabilidad financiera. Debe ser claro, sencillo y contener la información necesaria para una evaluación fiable. Por lo general, un plan de negocios para inversores potenciales no tiene más de 30 páginas. (Chiavenato, 2017)

- **Plan de Negocios para Gerentes**

El plan de negocios para gerentes es una de las herramientas más fundamentales ya que evidencia los objetivos, estrategias, políticas, procesos, programas y presupuestos para todas las zonas de operaciones de la empresa. Un plan de negocios funcional típico tiene entre 50 y 100 páginas. (Villaran, 2009)

Un plan de negocio debe contener toda la información y documentación necesaria para que los stakeholders puedan tomar decisiones. Una forma de satisfacer diferentes necesidades es dividir la información en partes con un título claro y un resumen conciso, y presentar información adicional en apéndices. Esto facilita la lectura y permite al lector elegir y centrarse en lo que más le interesa. (Villaran, 2009)

Componentes de un plan de negocios

- **Resumen**

La parte más importante de un plan de negocios. Aunque suele aparecer al principio de todos los planes, es la última parte escrita. Este es un resumen de todo el análisis y las opiniones

del informe en tan solo unas pocas páginas. No se trata de hacer un ejercicio de marketing o ventas para la empresa, sino que se debe introducir la lógica de las operaciones del negocio, por qué se decidió lanzar, qué actividades se ofrecen, qué problema resolver y cómo realizarlas.

Puede hacerlo realidad.

- **Historia del proyecto**

En el caso de una empresa recién fundada, no es la historia de la empresa como tal, sino todo lo que se ha hecho, los logros alcanzados hasta donde estamos hoy. Enumeremos los logros hasta el momento.

- **Equipo de publicidad**

El equipo de publicidad es crucial para el plan de negocios. Debe estar comprometido y tener la experiencia y el aporte necesarios. Es importante identificar las necesidades y buscar los perfiles adecuados. Además, necesitamos socios y asesores para validar la tecnología y las oportunidades de negocio. Se deben tomar medidas para atraer y retener al equipo del proyecto.

- **Productos y servicios**

No entre en demasiados detalles al describir un producto, servicio o tecnología. En su lugar, enfatice cómo satisface las necesidades del cliente y resuelve sus problemas. Facilite la presentación de sus productos o servicios, especialmente si son de alta tecnología. Enfatice su ventaja competitiva, su estado de desarrollo y sus patentes potenciales. Muestre por qué sus productos o servicios son mejores que los de sus competidores.

- **Análisis del mercado y de los competidores**

¿Sus productos están atrayendo clientes? ¿Cuál es el potencial de mercado de la industria?

Las respuestas a estas preguntas son estimaciones de la demanda, los ingresos potenciales y los competidores, que normalmente se subestiman. Incluso si ofrecemos un nuevo negocio que no existe en el mercado, siempre habrá competidores. Es importante mostrar cómo se está desarrollando el mercado, si está creciendo o cayendo, y qué está sucediendo en nuestro segmento particular. También describe la posición estratégica de los competidores, las barreras de entrada, los canales de distribución, los posibles riesgos y nuestras respuestas preparadas para ellos.

- **Marketing: marketing y ventas**

Ahora es importante mostrar cómo pretendemos explotar el mercado identificado. Necesitamos determinar la cuota de mercado que podemos alcanzar. Describimos nuestra política de distribución, en qué canales de venta estamos presentes y por qué. También tenemos que pensar en cómo nos presentamos a nuestros clientes, estando en sintonía con el mercado y adaptándonos a sus necesidades. Debemos articular claramente el valor de nuestros productos o servicios y establecer un plazo en el que lo lograremos. Además, determinamos nuestra estrategia de precios para diferenciarnos de nuestros competidores y desarrollamos nuestro plan de publicidad y comunicación.

- **Operaciones**

Comunicar cómo funciona el negocio cada día y qué recursos internos necesita para ello. La actividad hasta la venta del producto o servicio, política de I+D, política social o cualesquiera alianzas que se proponga implementar.

Modelos de plan de negocios propuestos por autores

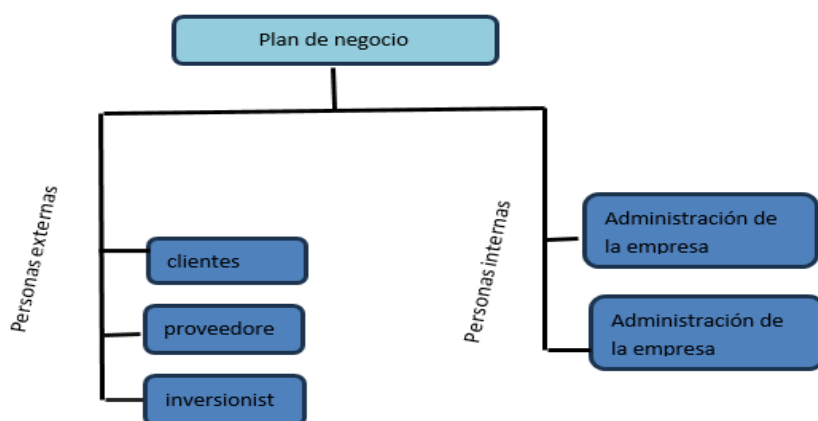
- **Plan de negocios de Longenecker**

Un plan de negocios debe establecer una idea básica sobre el negocio. Identificar los factores que hacen que un negocio sea exitoso y utilizarlos para lograr el éxito. Debe explicar los cambios que determinan el rumbo del negocio porque explicará la situación actual del negocio, hacia dónde irá, qué objetivos alcanzará y cómo se alcanzará. (Longenecker, 2001)

Visión, información general de la empresa, productos o servicios, plan de negocios, plan de gestión, plan financiero y documentos de respaldo además del Plan operativo. Los diferentes planes de negocios se centran en muchos factores específicos e ignoran los estudios sobre otros factores que afectan el desarrollo empresarial. (Longenecker, 2001)

Figura No 2:

Usuarios de planes de negocios

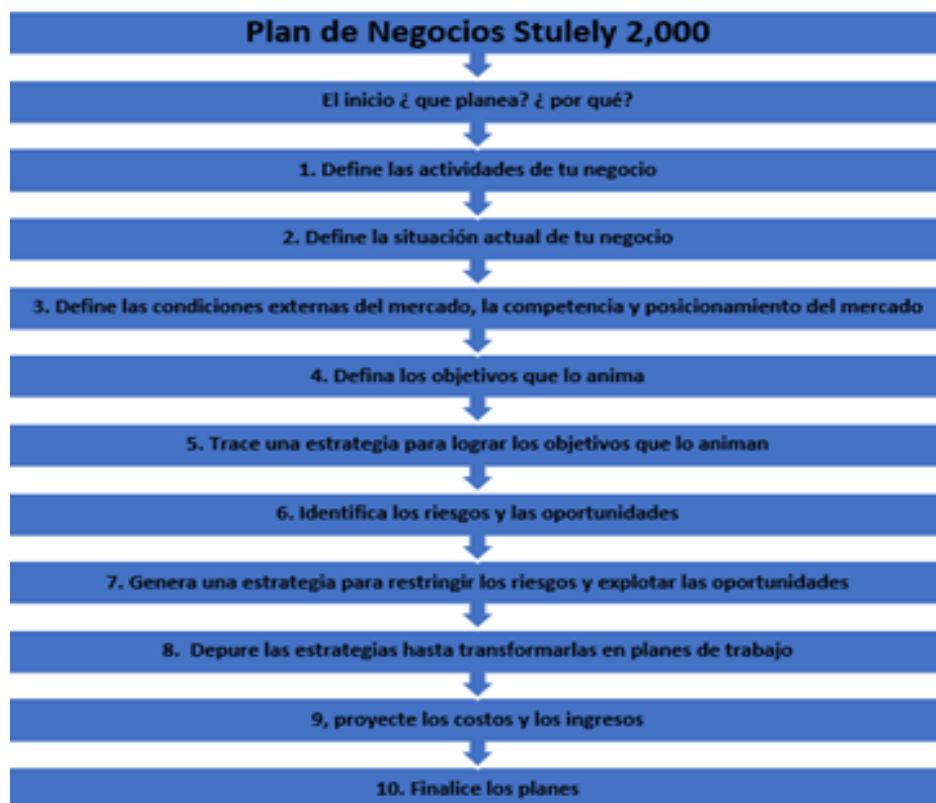


- **Plan de negocios de Stutely (2000)**

Plantea un método para poner en funcionamiento cierta actividad en cierto periodo en el futuro y esto puede desarrollarse en cualquier actividad y cualquier periodo de tiempo. (Stutely, 2000)

Según Stutely estos son los 10 pasos para formular un exitoso plan estratégico de negocios.

Figura No 3:

Estructura de plan de negocios de Stutely

- **Plan de negocios David Bangs (1988)**

Nos menciona recomendaciones de tener el plan periódicamente al día te representa una gran proyección financiera que una empresa puede tener.

El menciona que los planes se tienen que hacer de una manera exhaustiva y la definición que el otorga al plan de negocios es la siguiente:

La mejor manera de aumentar sus posibilidades de éxito es planificar, monitorear y cuidar durante toda su preparación. (Bangs, 1989)

El modelo que sigue Bangs para elaborar un exitoso plan de negocios es el siguiente:

Proceso de un plan de negocios.

Figura No 4:

Estructura de plan de negocios según Bangs

- **Plan de negocios propuesto por Brian Finch**

Para explicar cómo redactar un plan de negocios, los autores hacen dos preguntas: ¿Cuál es el propósito del plan? ¿Quién es la audiencia? Así se publica el contenido más importante. En él se implanta como fin el determinar si se quiere invertir en un negocio nuevo o en un negocio existente. Investiga cómo hacer atractiva la compra del negocio o que les interese a inversionistas para tomar parte del capital/riesgo. El que se otorgue una subvención o autorización reglamentaria que permita administrar a la empresa. (Finch, 2001)

Pronosticar variaciones de ingresos y costos, analizar las ventas futuras en función de las ventas del año anterior y pronosticar la salud financiera futura de la empresa en función de los ingresos. (Finch, 2001)

Figura No 5:

Estructura de mercado según Finch.

Suma
Introducción
Antecedentes
Producto
Mercado
Operaciones
Gestión
Propuesta
Cuadro financiero

2.3 Marco conceptual

- **Esbozo:** es un artículo muy corto o sin acabar. El esbozo típico no proporciona toda la información necesaria. Sin embargo, eso no quiere decir que el esbozo no sea un artículo legítimo; muchos esbozos se han convertido con el tiempo en artículos completos y elegantes.
- **Cuadro de mando financiero:** Se trata de una tabla que te muestra los indicadores financieros más relevantes para tu empresa, como el flujo de caja, el margen bruto, el punto de equilibrio, el retorno de la inversión, etc.
- **Tablero o cuadro de mandos:** es un documento en el que se reflejan, mediante una representación gráfica, las principales métricas o KPI que intervienen en la consecución de los objetivos de una estrategia.
- **Clientes potenciales:** son aquellas personas que se podrían convertir en comprador o consumidor de los productos que ofrece una empresa.

- **Clientes actuales:** se refiere a las personas o entidades que han realizado compras o transacciones recientes con una empresa y se encuentra activamente comprometido con la marca.
- **Organigrama:** es el esquema o representación gráfica de una estructura de una organización, que refleja cada departamento con sus respectivos responsables a cargo de cada área.
- **Stakeholder:** es el público de interés para una empresa que permite su completo funcionamiento.

2.4 Marco legal

El marco legal que respalda las operaciones de Ferretería La Exitosa comprende dentro de otras, algunas leyes de mayor incidencia, las cuales se mencionan a continuación: código de comercio, ley del registro de comercio, código de trabajo, ley de impuesto a la transferencia de bienes muebles y la prestación de servicios, ley de marcas y otros signos distintivos, ley general de prevención de riesgos en los lugares de trabajo, de las cuales se presenta un breve resumen de las leyes mencionadas.

2.4.1 Código de comercio

Rige a los comerciantes y las actividades mercantiles que realizan.

Art. 1.- Los comerciantes, los usos y las materias comerciales se regirán por las disposiciones contenidas en este Código Administrativo y otras leyes comerciales y, en defecto de tales normas, por sus usos y costumbres, o en defecto de tales normas por las normas comerciales comercio.³ (comercio)

³ Decreto No 671 código de comercio Título Preliminar Disposiciones Generales

2.4.2 Ley del registro de comercio

Proporciona seguridad jurídica a las actividades comerciales y a los derechos de la propiedad industrial y literaria.

Art. 13 Debe registrar la matrícula de comercio, la escritura de constitución, así como también los estados financieros, sus anexos y su respectivo dictamen del auditor. ⁴

(Codigo de comercio)

Los entes a investigación deben depositar el pacto social, matricular y anualmente renovar la matrícula de comercio, también registran compras de bienes inmuebles entre otros.

2.4.3 Código de trabajo

Regula las relaciones entre patronos y empleado, así como los derechos y obligaciones que tienen cada una de las partes mencionadas.

Art. 1. El objetivo principal de esta Ley es regular las relaciones entre empleadores y empleados, determinar sus derechos y responsabilidades y adherirse a los principios encaminados a mejorar las condiciones de vida de los trabajadores, especialmente los establecidos en la Parte 2 de la Constitución. ⁵ (Código de trabajo)

2.4.4 Transferencia de bienes muebles y prestación de servicios fiscales.

Regula el impuesto que se debe aplicar a la transferencia de bienes muebles corporales y a la prestación de servicios.

Artículo 1.- Por la presente ley se establece un impuesto que se aplicará a la transferencia, importación, internación, exportación y al consumo de los bienes muebles

⁴ Decreto no 271 ley de registro de comercio capitulo III materias de registro

⁵ Código de trabajo título preliminar disposiciones generales capitulo único

corporales; prestación, importación, internación, exportación y el autoconsumo de servicios, de acuerdo con las normas que se establecen en la misma.⁶ (leydeIVA)

Las ferreterías están obligadas a pagar un impuesto por la comercialización de bienes y la prestación de servicios, el cual es aplicado a cada una de las ventas realizadas.

2.4.5 Ley de marcas y otros signos distintivos

Regular los derechos de adquisición, mantenimiento, modificación y licencias de marcas, nombres comerciales, distintivos o señales de publicidad, emblemas.

Art. 5 Las ferreterías pueden adquirir el derecho sobre una marca mediante su registro, y de conformidad con las disposiciones de esta ley.⁷ (Decretono.868)

Todo negocio posee logo como distintivo y las ferreterías no son la excepción lo cual llama a sus clientes por su calidad o variedad de productos que comercializa.

2.4.6 Ley general de prevención de riesgos en los lugares de trabajo.

Proporciona la seguridad y salud ocupacional que deben aplicarse en los lugares de trabajo, cuidando, la salud de los empleados.

Art. 1.- El objeto de la presente ley es establecer los requisitos de seguridad y salud ocupacional que deben aplicarse en los lugares de trabajo, a fin de establecer el marco básico de garantías y responsabilidades que garantice un adecuado nivel de protección de la seguridad y salud de los trabajadores y trabajadoras, frente a los riesgos derivados del trabajo de acuerdo a sus aptitudes psicológicas y fisiológicas para el trabajo, sin perjuicio de las leyes especiales que se dicten para cada actividad económica en particular, todo negocio debe brindar y Proporciona

⁶ Decreto no 296 ley de impuesto a la transferencia de bienes muebles y a la prestación de servicios título preliminar

⁷ Decreto no. 868.- título II marcas capítulo I marcas en general signos que pueden constituir marca

la seguridad y salud ocupacional en sus empleados.⁸

(Ley general de prevención de riesgos en los lugares de trabajo).

Capítulo 3: Metodología De La Investigación

3.1 Métodos

Para la presente investigación se utilizará los métodos inductivo-deductivos, partiendo de lo general a lo particular y viceversa, ya que estos métodos nos permitirán ver la realidad que está enfrentando Ferretería La Exitosa, y entender los fenómenos que ocurren dentro y fuera de su entorno y poder relacionar si los fenómenos observados son los que en realidad están causando la disminución de ventas.

3.1.1 Tipos de investigaciones

Tipos de investigación: descriptiva, bibliográfica y aplicada.

Investigación descriptiva: La investigación descriptiva busca caracterizar fenómenos o situaciones tal como se observan, sin intervenir o modificar las condiciones bajo las cuales ocurren.

Investigación bibliográfica: es la revisión, búsqueda, recopilación, valoración de la información bibliográfica, sobre el tema en estudio que permita la visión panorámica del problema y permita visualizar como abordar dicho problema. De manera específica para el marco teórico.

Investigación aplicada: la investigación pretende solucionar problemas específicos de la empresa, en el caso de Ferretería La Exitosa a través de la observación y el conocimiento que se tiene de la empresa.

⁸ Decreto no 254 ley general de prevención de riesgos en los lugares de trabajo título i disposiciones preliminares capítulo i

3.2 Población y muestra

3.2.1 Determinación de la población

Para definir la población objeto de estudio se tomó en cuenta la base de datos manejados por Ferretería La Exitosa para el 2024, la estimación de la población en el área de la construcción es de ciento cincuenta y cinco personas, que se dividen en cuarenta empleados, cien clientes actuales y quince clientes potenciales, en el Puerto de la Libertad.

3.3 Muestra de población finita

3.3.1 Determinación de la muestra

La muestra de la presente investigación la constituye una población finita descrita a continuación: cien clientes actuales, quince clientes potenciales y cuarenta empleados de Ferretería La Exitosa, los resultados fueron cruzados, se utilizó muestreo aleatorio simple.

Se administró una encuesta para fines de investigación en campo y su correspondientes análisis y desarrollo de propuestas.

Cálculo de la muestra de empleados

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{e^2 (N-1) + Z^2 \times p \times q}$$

Dónde:

n = tamaño de muestra buscado

Z = parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)

he = error de estimación máximo de aceptación

p = probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q = probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

N = tamaño de la población

“Z es igual al nivel de confianza requerido para generalizar los resultados hacia la población; “PQ” se refiere a la variabilidad del fenómeno estudiado; “e” Indica la precisión con que se generalizaran los resultados. Establecido lo anterior se determina la muestra para la investigación y tomando en cuenta que “el 50% de probabilidad de que la respuesta sea contestada positivamente y el otro 50% de que las encuestas sean contestadas de forma negativa logrando así una heterogeneidad” por la incertidumbre antes mencionada.

3.3.2 Cálculo de muestra de empleados

Tablas No 2

Cálculos de muestra de empleados

Parámetro	Insertar Valor	Nivel de confianza	Z _{alfa}
Z	1.96	99.7%	3
N	40	99%	2,58
P	50%	98%	2,33
Q	50%	96%	2,05
E	5%	95%	1,96
		90%	1,645
		80%	1,28
		50%	0,674

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 40}{0.05^2 (40-1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5} = \frac{38.416}{0.0975 + 0.9604} = \frac{38.416}{1.0579} = 36$$

N es = 36 personas

La muestra para empleados es de 36 personas.

3.3.3 Cálculo de muestra de clientes actuales

Tabla No 3

Cálculos de muestra de clientes actuales

<i>Parámetro</i>	<i>Insertar Valor</i>	Nivel de confianza	Z_{alfa}
<i>Z</i>	1.96	99.7%	3
<i>N</i>	100	99%	2,58
<i>P</i>	50%	98%	2,33
<i>Q</i>	50%	96%	2,05
<i>E</i>	5%	95%	1,96
		90%	1,645
		80%	1,28
		50%	0,674

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 100}{0.05^2 (100-1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5} = \frac{96.04}{0.2475 + 0.9604} = \frac{96.04}{1.2079} = 79$$

96.04

0.2475
0.9604

N es = 79 personas

La muestra para clientes actuales es de 79 personas.

3.3.4 Cálculo de muestra de clientes potenciales

Tabla No 4

Cálculos de muestra de clientes potenciales.

		Nivel de confianza	Z _{alfa}
		99.7%	3
		99%	2,58
		98%	2,33
		96%	2,05
		95%	1,96
		90%	1,645
		80%	1,28
		50%	0,674
Parámetro	Insertar Valor		
Z	1.96		
N	15		
P	50%		
Q	50%		
E	5%		

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 15}{0.05^2 (15-1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5} = \frac{14.406}{0.035 + 0.9604} = \frac{14.406}{0.9954} = 14$$

0.035
0.9604

La muestra para clientes potenciales es de 14 personas.

3.3.5 Técnicas e instrumentos

A continuación, se describen las técnicas e instrumentos utilizados en la investigación:

Técnica muestreo aleatorio simple.

Se utilizó para obtener datos confiables y aplicables en la investigación, proporcionando una base sólida en la toma de decisiones para el estudio de la población a investigar de Ferretería La Exitosa.

3.3.6 Instrumentos de recolección de información

- **Cuestionario**

Los instrumentos que se emplearon en la investigación fueron cuatro tipos de cuestionarios, uno destinado a la gerencia con el objetivo de conocer cuáles son las limitantes que tiene la empresa para alcanzar las metas propuestas, el segundo está destinada a los empleados con el objetivo de saber si están debidamente capacitados en conocimientos de los productos que la empresa ofrece, en atención al cliente; y si conocen la estructura organizativa de empresa, el tercer cuestionario está dirigido a los clientes actuales con el objetivo de conocer cuál es la preferencia de comprar en Ferretería La Exitosa , el cuarto cuestionario está dirigida a los clientes potenciales con el objetivo de saber cada cuanto tiempo adquieren productos ferreteros, todos estos cuestionarios se llevaron a cabo de manera virtual.

- **Observación**

Se observó al personal de la empresa y se registró lo observado, mediante notas para tener más detalles de la investigación.

Se analizaron los siguientes aspectos relacionados con el trabajo realizado por parte del personal de la empresa:

a) Conocer el nivel de conocimiento del personal en cuanto a atención al cliente.

b) Conocer el nivel de conocimiento del personal respecto a los productos de mayor demanda que tiene la empresa a la venta, nombre de los productos, características del producto, funciones del producto, marcas.

Se utilizó como instrumentos de recolección de información el cuestionario, y el método de observación, para obtener información y analizar el entorno externo e interno de la empresa.

3.3.7 Resultados de la investigación

La problemática de la disminución de ventas se debe a diferentes causas⁹ las cuales se relacionan directamente con el problema por medio de las respuestas de los cuestionarios que se pasaron a la unidad de análisis, Gerencia, empleados, clientes actuales y clientes potenciales.

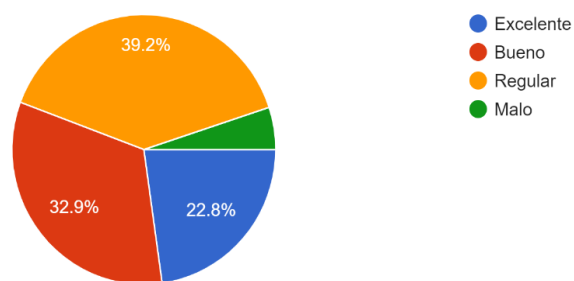
A continuación, se presentan las preguntas y repuestas que están directamente relacionadas a la percepción de las causas que propician la disminución de las ventas.

1. Servicio de atención al cliente de Ferretería La Exitosa, con poca o nula interacción con los clientes, los vendedores no brindan información suficiente y eficiente sobre los productos de construcción.

1.1 ¿Cómo considera la atención al cliente de ferretería la exitosa? (Clientes actuales)

Gráfico No: 1 atención al cliente

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Excelente	18	22.80%
Bueno	26	32.90%
Regular	31	39.20%
Malo	4	5.10%
Total	79	100%



⁹ En la página numero dos está un listado de las causas que se identificaron y que propician la disminución de ventas

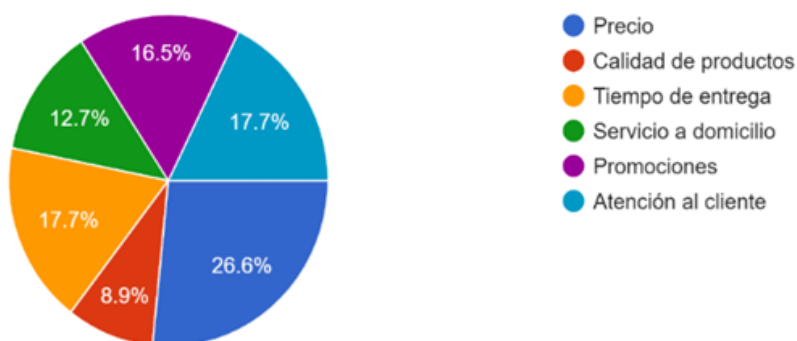
Del total de personas encuestadas el 39.20% de clientes actuales dijeron que el servicio de atención al cliente es regular lo cual se puede relacionar con la causa de atención al cliente ya que los clientes actuales consideran que no es excelente la atención que se les brinda

2. Precios de Ferretería La Exitosa un poco más altos con respecto a los precios de la competencia.

2.1 ¿Hay algún aspecto en particular que le gustaría ver mejorado o modificado? (cliente actual)

Gráfico No 2: aspectos que le gustaría ver mejorados a los clientes.

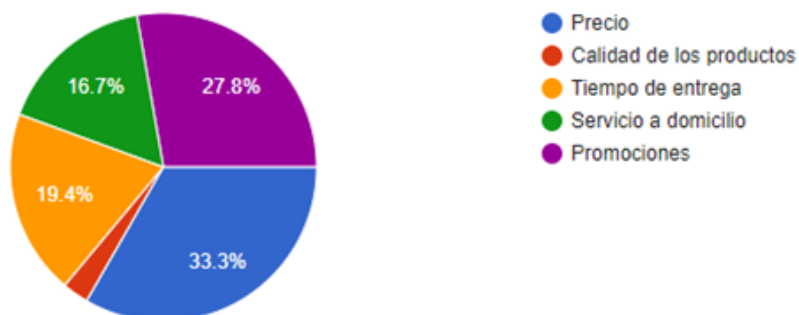
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Calidad de productos	7	8.90%
Servicio a domicilio	10	12.70%
Promociones	13	16.50%
Tiempo de entrega	14	17.70%
Atención al cliente	15	17.70%
Precio	20	26.60%
Total	79	100%



2.2 ¿Qué es lo primero que preguntan los clientes al llegar a comprar a la ferretería? (Empleados)

Gráfico No 3: lo primero que preguntan los clientes al llegar a comprar a la ferretería

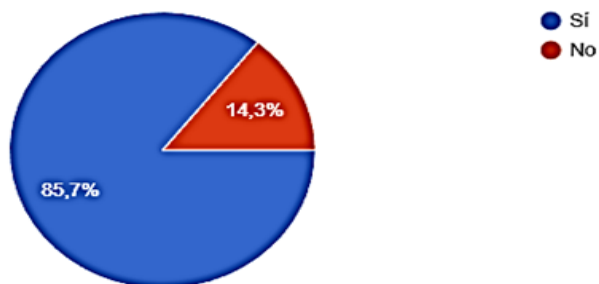
Respuesta	cantidad	Porcentaje
Calidad de los productos	1	2.80%
Servicio a domicilio	6	16.70%
Tiempo de entrega	7	19.40%
Promociones	10	27.80%
Precio	12	33.30%
Total	36	100%



2.3 ¿Considera que los precios de Ferretería La Exitosa son más altos que los de las otras ferreterías? (cliente potenciales)

Gráfico No 4: consideran altos los precios de los productos a diferencia de las demás ferreterías.

Valor	Recuento	Frecuencia
No	2	14.30%
Si	12	85.70%
TOTAL	14	100%



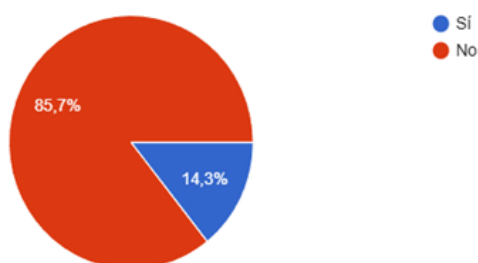
Según los resultados de las encuestas nos dimos cuenta de que lo primero que los clientes preguntan al llegar a la Ferretería son los precios de los productos también los clientes dijeron que Ferretería la exitosa tiene los precios más altos que la competencia. Dichas preguntas se relacionaron con la causa de precios altos

3. Ausencia de programas de inducción y capacitación previa para personal de nuevo ingreso.

3.1 ¿Considera que el personal de ventas de Ferretería La Exitosa está debidamente capacitado para solucionar sus dudas o necesidades a la hora de adquirir un producto? (cliente potencial)

Gráfico No 5: el personal de ventas de Ferretería La Exitosa está debidamente capacitado para solucionar sus dudas o necesidades a la hora de adquirir un producto.

Respuesta	Valor absoluto	Valor relativo
SI	2	14,30%
NO	12	85,70%
TOTAL	14	100%



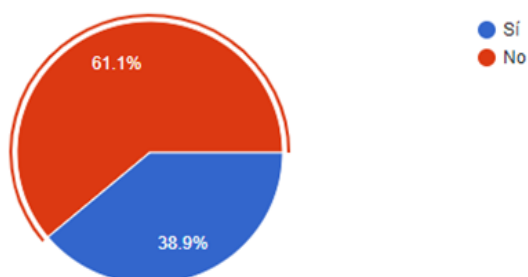
3.2 ¿Cree que sería importante capacitar a todo el personal para que atendiera de forma diferente a los clientes actuales? (gerente)

Sí, es súper importante que el personal esté capacitado para darle una mejor atención a los clientes.

3.3 Cree que recibe la capacitación adecuada para conocer de manera exacta los productos y conocer el tema de servicio al cliente; ¿para un mejor desempeño de la función de ventas y atención al cliente? (empleados)

Gráfico No 6: Cree que recibe la capacitación adecuada para conocer de manera exacta los productos y conocer el tema de servicio al cliente.

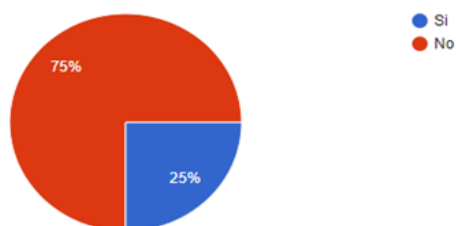
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	14	38.9%
No	22	61.1%
Total	36	100%



3.4 ¿cómo empleado tienen pleno conocimiento de las características de los diferentes productos de construcción que se venden en la ferretería? (empleados)

Gráfico No 7: cómo empleados tienen conocimientos de los diferentes productos de construcción

Respuesta	Valor absoluto	Valor relativo
Si	9	25%
No	27	75%
Total	36	100%



Ferretería La Exitosa presenta deficiencia en programas de inducción y capacitación del personal de ventas. El 61.1% de los empleados considera que no recibe la capacitación para brindar correctamente el servicio de atención al cliente, también el 75% de los empleados dijo que no están debidamente capacitados sobre las características técnicas de los diferentes productos. Los empleados confirman que no se recibe la información necesaria para actualizar los conocimientos y desempeñar las funciones, tampoco se le proporciona todos los equipos necesarios para agilizar las ventas y poder dar soluciones completas a las necesidades que tienen los clientes.

4. Zona geográfica con potencial del mercado no ha sido identificado puntualmente por Ferretería La Exitosa para ofrecer sus productos.

4.1 ¿De qué manera se podría atraer nuevos clientes debido al crecimiento de construcciones? (gerencia)

Visitando proyectos en diferentes zonas de la Libertad, Costa y ofreciendo algunas promociones.

4.2 ¿Conoce la zona de influencia de su negocio donde utilizan materiales para la construcción? (gerencia)

Si son los proyectos de construcción, se han identificado unos pocos cercanos a la ferretería.

4.3 ¿Puede ampliar su actual zona de influencia del negocio? (gerencia)

Si se pudiese, pero se requiere de más capital.

Análisis

Según la gerencia si existe zona geográfica con bastante potencial del mercado para lo cual se sugirieron que se puede hacer visitas en las diversas zonas de La Libertad identificando

posibles clientes y ofrecerles diversos productos de Ferretería La Exitosa y así ampliar nuestra cartera de clientes.

5. Banco de proveedores actuales no acorde a las necesidades del mercado actual.

5.1 ¿La empresa cuenta con un inventario de proveedores?

si, pero tienen retrasos en sus entregas. (gerencia)

Se confirma que el banco de proveedores de la ferretería esta desactualizado, dado que la gerencia, confirman que la ferretería no ha implementado la venta nuevos productos que sean innovadores tales como: máquinas y herramientas de construcción que ayuden a atraer nuevos clientes y mantener la fidelidad.

6. Técnicas de administración y de mercado implementadas desactualizadas.

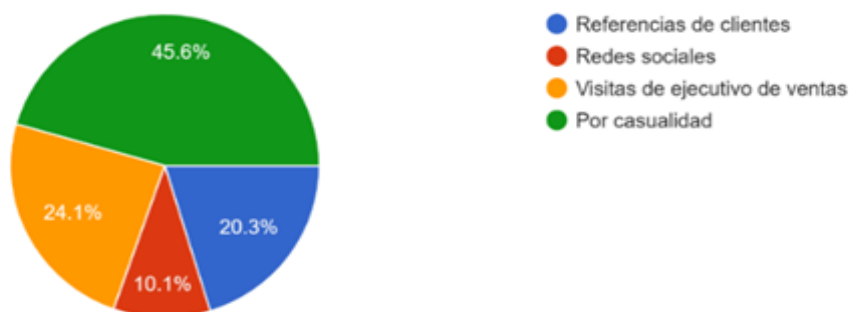
6.1 ¿Dispone de publicidad para comercializar sus productos? (gerencia)

No

6.2 ¿Por qué medio conoció Ferretería La Exitosa? (cliente actual)

Gráfico No 8: por cual medio conocieron la ferretería los clientes

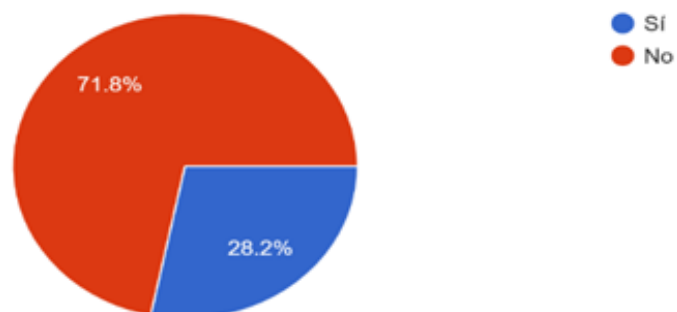
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Redes sociales	2	10.10%
Referencia de clientes	16	20.30%
Visitas de ejecutivos de ventas	18	24.10%
Por casualidad	43	45.60%
Total	79	100%



6.3 ¿Considera que Ferretería La Exitosa cuenta con promociones que ayuden a comprar y conocer más los productos de construcción? (cliente actual)

Gráfico No 9: conocer si los clientes saben de promociones con las que cuenta la empresa

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	23	28.20%
No	56	71.80%
Total	79	100%



Se confirma que técnicas de administración y de mercado implementadas no han sido eficientes ya que en una de las respuestas se obtuvo que el 45.60% conoció a la ferretería por casualidad no por la publicidad, no se implementa ningún tipo de promociones y la publicidad que se hace es muy poca, si cuenta con redes sociales pero la publicidad que se da por estos medios es muy poca y desactualizada, esto ha provocado que los clientes no acudan a comprar productos, y que la ferretería no sea atractiva ante la vista de los constructores.

7. Desconocimiento específico de proyectos de construcción existentes en la zona geográfica y alrededor del distrito de La Libertad, municipio La Libertad Costa, departamento de la Libertad, que pueden demandar los productos de construcción.

7.1 ¿Cómo cree que se pueden atraer los clientes potenciales de los diversos proyectos de construcción en la zona de La Libertad Costa? (gerencia)

Visitando proyectos y ampliando el número de empleados dedicados a visitar las zonas de construcción.

7.2 ¿Conoce la zona de influencia de su negocio donde utilizan materiales para la construcción? (gerencia)

Sí, pocas en algunas hay que hacer visitas más amplias de campo.

Análisis

Se afirma que se desconoce de proyectos de construcción en la zona ya que hay que hacer visitas más amplias de campo, en la zona existen varios clientes potenciales los cuales pueden atraerse visitando dichos proyectos.

8. Poco personal de ventas en rutas

8.1 ¿Tiene ejecutivos de ventas que visiten a los constructores para ofrecerles productos y facilidades de compra? (gerencia)

Si, bueno por el momento solo contamos con dos empleados.

Análisis

Ferretería La Exitosa cuenta con poco personal de ventas en rutas únicamente se cuenta con dos empleados, lo cual impide que se visiten más campos de construcción, contar con gente capacitada seria excelente para la ferretería.

- **FODA:** se utilizó como una herramienta de diagnóstico para ofrecer un análisis del entorno externo e interno de la empresa, dicha información ha sido recolectada por medio de las encuestas para analizar aspectos como: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene la empresa.

Tabla No 5.

Matriz FODA



Capítulo 4 Propuesta Del Plan De Negocios Para Ferretería La Exitosa.

4.1 Resumen ejecutivo

El presente plan de negocios tiene como propósito lograr que Ferretería La Exitosa se destaque a través de un servicio oportuno y eficiente, precios competitivos, productos de alta calidad y atención personalizada. El segmento de mercado al que está direccionado son todas aquellas personas que busquen mejoras en alguna área de construcción, tomando en cuenta constructores como también a contratistas y clientes en general.

El objetivo principal es lograr ejecutar con éxito cada una de las cuatro etapas de este plan de negocios, la primera consiste en conocer todo lo relacionado con la empresa desde sus inicios, el crecimiento, la ubicación, el giro, sus productos de venta, el pensamiento estratégico, el organigrama, políticas de ventas. La segunda etapa detalla el procedimiento para desarrollar las estrategias, actividades, recursos, procesos y procedimientos técnicos, para alcanzar los objetivos técnicos de la empresa. La tercera etapa define los objetivos comerciales de manera estructurada, detalla las estrategias y acciones de publicidad a ejecutar para alcanzar mayor impacto en las ventas. La cuarta permite a la empresa planificar y gestionar sus recursos económicos de manera eficiente, efectiva en este se incluyen proyecciones de ingresos, gastos, inversiones, financiamiento flujo de caja la cual ayuda a establecer objetivos financieros claros y trazar un camino para alcanzarlos, además permite a los accionistas o socios del negocio conocer la rentabilidad que podría recibir por su inversión y cuánto podría recuperarla es fundamental para la viabilidad económica del proyecto.

4.1.1 Descripción de la empresa:

Antecedentes de Ferretería La Exitosa Origen de la empresa

Ferretería La Exitosa inicia sus operaciones en el año de 1975, una emprendedora visionaria que se dedicaba a la venta de quesadillas ambulantes en el sector del centro del Puerto de La Libertad, identificó que no existía ferretería en dicho lugar, y decide invertir sus ahorros y alquilar un local para emprender una tienda ferretera, dedicada a la compra y venta de productos de construcción, a sus inicios solo se vendía; clavos de diferentes medidas por libras, alambres, ladrillos, cementos.

Al poco tiempo se casó y se asoció con su esposo que era obrero de albañilería en el sector del Puerto de La Libertad, fueron creciendo a medida que la demanda era más alta. Su inicio fue con dos empleados que eran una pareja de esposos. Mientras trabajaban duro para hacer avanzar la empresa, la demanda de ferreterías siguió aumentando, por lo que tuvieron que contratar más empleados.

Sin embargo, el crecimiento de las ferreterías es obvio, pero cuando el crecimiento es visible, también surge el mayor desafío y la intensa competencia, se forma un mercado enorme porque estas actividades tienen el mayor impacto. De todos modos, seguirá creciendo en la costa. En los últimos años este sector ha tenido un gran desarrollo en el Puerto de La Libertad, y ha mostrado un cambio físico en cuanto a sus construcciones, ya que las infraestructuras antiguas han venido desapareciendo, debido a que se ha invertido en remodelaciones y edificaciones, grandes, medianas y pequeñas. Los materiales de construcción se utilizan ampliamente, por lo cual debe haber buen inventario de productos.

Situación actual de la empresa

Ferretería La Exitosa ha crecido en el tiempo, sin embargo, sus niveles de venta no han sido suficientes, dada la gran oportunidad existente en el mercado. Por lo tanto, considerando la enorme oportunidad disponible actualmente en la industria de la construcción, se espera que el nivel de ventas se recupere y mejore con una planificación comercial y ejecución adecuadas. Actualmente, la empresa cuenta con cuarenta empleados repartidos en diferentes áreas, incluyendo dirección, cajeros, ventas, almacén y conductores.

Ubicación de la empresa.

Dirección

1a. Avenida Sur y Calle El Calvario #2-5, ubicada en distrito La Libertad, municipio La Libertad Costa, departamento de La Libertad, El Salvador

Tipo de empresa: Es considerada como una empresa comercializadora, esta ferretería se dedica a la comercialización de productos para la construcción.

Clasificación de la empresa.

A. Criterio según actividad que desarrollan.

La empresa se desarrolla según su actividad en la categoría comercial, desglosándose en el área de los minoristas o detallistas, ya que se dedica a vender los insumos para la construcción a consumidores finales en pequeñas y grandes cantidades.

B. Criterio jurídico.

Podemos así clasificar a la empresa según su criterio jurídico como persona jurídica.

Estructura organizativa actual de la empresa

4.1.1.1.1 Estructura organizativa.

Este organigrama es el que actualmente posee la Ferretería La Exitosa.

Figura No 6: organigrama de la empresa



4.1.1.1.2 Funciones principales de los puestos de trabajo

A. Gerencia General

Es la persona que se encarga de dirigir, supervisar y controlar las actividades de la ferretería, este se encarga de tomar las decisiones del negocio, como la programación de

compras, autorización para entregas de pedidos, negociación con proveedores y paga de servicios.

Funciones de la Gerencia General

1. Dirección estratégica

- Definir los objetivos y metas generales del negocio.
- Desarrollar planes de crecimiento y expansión.

2. Gestión administrativa y financiera

- Supervisar ingresos, egresos y estados financieros.
- Aprobar presupuestos y controlar costos.
- Negociar con bancos, proveedores principales y socios estratégicos.

3. Gestión comercial

- Establecer políticas de precios, promociones y descuentos.
- Analizar el mercado y buscar oportunidades de nuevos productos.
- Asegurar una adecuada atención al cliente a nivel general.

4. Gestión de operaciones

- Coordinar el abastecimiento de inventario con proveedores clave.
- Revisar periódicamente niveles de stock y rotación de productos.
- Asegurar el cumplimiento de procedimientos de compras y logística.

5. Gestión de talento humano

- Aprobar contrataciones, ascensos y despidos de personal clave.
- Establecer políticas de capacitación, motivación y clima laboral.
- Supervisar el cumplimiento de normas laborales y de seguridad.

6. Representación legal y relaciones externas

- Representar a la empresa ante autoridades, instituciones financieras y proveedores estratégicos.

- Asegurar el cumplimiento de obligaciones fiscales y legales

B. Gerencia financiera:

Este profesional es responsable de supervisar las operaciones financieras de la empresa, garantizando su salud financiera y viabilidad operativa.

Funciones de Gerencia financiera

- Planificar y proyectar el uso de recursos: Diseña presupuestos y proyecciones para guiar a la empresa en el corto, mediano y largo plazo.
- Analizar la situación financiera: Evalúa balances, estados de resultados y flujos de efectivo para detectar riesgos y oportunidades.
- Definir estrategias de inversión: Decide dónde invertir y cómo obtener capital para proyectos clave.
- Controlar y optimizar costos: Identifica gastos innecesarios y propone medidas para aumentar la rentabilidad sin afectar la calidad o el servicio.
- Supervisar el cumplimiento normativo: Garantiza que todas las operaciones financieras cumplan con leyes, impuestos y regulaciones.
- Aportar en decisiones estratégicas: Trabaja junto a la dirección general para alinear las decisiones financieras con los objetivos corporativos.

C. Logística:

Se encarga de distribuir a los clientes los pedidos de mercancía en tiempo y forma correcta, supervisar a los encargados de llevar el material

Funciones de Logística

1. Gestión de compras y abastecimiento

- Planificar y ejecutar compras según rotación y demanda de productos.
- Negociar con proveedores para obtener mejores precios y plazos de entrega.
- Mantener relaciones estratégicas con proveedores locales e internacionales.

2. Control de inventarios

- Llevar control de entradas y salidas en bodega.
- Realizar conteos físicos periódicos y conciliarlos con el sistema.
- Definir niveles mínimos y máximos de stock para productos clave (cemento, varillas, herramientas, láminas, pintura, etc.).

3. Almacenamiento y distribución

- Asegurar un almacenamiento ordenado y seguro (evitar daños, humedad, vencimientos).
- Garantizar el despacho eficiente de materiales a clientes y sucursales.
- Coordinar entregas a domicilio y transporte propio o tercerizado.

4. Gestión de procesos y optimización

- Implementar procedimientos de recepción, almacenaje y despacho.
- Usar sistemas de control (ERP o software de inventario).
- Reducir pérdidas, mermas o robos mediante controles internos.

5. Seguridad y cumplimiento

- Cumplir con normas de seguridad en la manipulación de productos pesados o químicos.
- Garantizar condiciones de trabajo seguras para el personal de bodega y transporte.

D. Jefe de Bodega:

Se encarga de la recepción y almacenamiento de los materiales, el responsable vela por el mantenimiento de los productos, que serán distribuidos o sacados a la venta en óptimas condiciones de calidad y cantidad.

Funciones del jefe de Bodega

1. Recepción de mercadería

- Revisar y verificar que los productos recibidos coincidan con facturas y órdenes de compra.
- Controlar la calidad y estado de la mercadería al recibirla.

2. Almacenamiento y organización

- Mantener la bodega ordenada, limpia y segura.
- Ubicar los productos en estanterías o áreas asignadas según categoría (cemento, varilla, herramientas, pintura, etc.).
- Aplicar métodos de rotación de inventario (PEPS: primero en entrar, primero en salir).

3. Control de inventarios

- Registrar entradas y salidas de productos en el sistema o Kardex.
- Realizar inventarios cíclicos y apoyar en los inventarios generales.
- Detectar faltantes, sobrantes o daños y reportarlos oportunamente.

4. Despacho de mercadería

- Preparar pedidos de manera correcta ya tiempo para clientes y sucursales.
- Coordinar con transporte para entregas a domicilio.
- Verificar que lo despachado coincida con la factura.

5. Supervisión de personal de bodega

- Asignar tareas a auxiliares o ayudantes de bodega.
- Velar por el cumplimiento de normas de bodega.
- Velar por el cumplimiento de normas de seguridad y uso de equipo de

protección.

6. Seguridad y control

- Controlar accesos a la bodega para evitar pérdidas o robos.
- Garantizar condiciones seguras de almacenamiento (peso, humedad, químicos).

E. Área de Contabilidad

Son los encargados de ordenar la documentación, para realizar los estados financieros de la ferretería, conociendo los programas de contabilidad y hojas de cálculo, de acuerdo a las normas de contabilidad.

Funciones del Área de Contabilidad

1. Registro contable

- Registrar de forma ordenada y oportuna todas las transacciones: compras, ventas, gastos y pagos.
- Controlar cuentas por cobrar (clientes) y cuentas por pagar (proveedores).

2. Control financiero

- Elaborar balances, estados de resultados y flujo de caja.
- Controlar gastos operativos de la ferretería.
- Vigilar el cumplimiento de presupuestos.

3. Gestión fiscal y legal

- Preparar y presentar declaraciones de impuestos (IVA, renta, municipales).
- Cumplir con normativas contables y fiscales vigentes.
- Coordinar auditorías internas o externas.

4. Conciliaciones bancarias

- Revisar que los registros contables coincidan con movimientos bancarios.
- Detectar errores, diferencias o fraudes.

5. Apoyo a la gerencia

- Brindar información financiera clara para la toma de decisiones.
- Elaborar reportes sobre rentabilidad de productos o áreas del negocio.

F. Compras

Es la persona encargada de gestionar el suministro de productos para la ferretería, garantizando las mejores ofertas y proveedores rentables.

Funciones del Área de Compras

1. Planificación de abastecimiento

- Revisar las necesidades de inventario según ventas y rotación de productos.
- Coordinar con logística y bodega para evitar desabastecimiento.

2. Selección y negociación con proveedores

- Buscar y evaluar proveedores confiables de materiales y herramientas.
- Negociar precios, plazos de pago y condiciones de entrega favorables.
- Mantener un registro actualizado de proveedores aprobados.

3. Gestión de pedidos

- Elaborar órdenes de compra de acuerdo con los requerimientos aprobados.
- Asegurar que los pedidos se hagan en el tiempo correcto para no afectar

las ventas.

- Dar seguimiento al cumplimiento de los proveedores.

4. Control y documentación

- Revisar facturas, órdenes de compra y documentos de recepción de mercadería.
- Coordinar con contabilidad para el pago de proveedores.
- Mantener archivos organizados de todas las compras.

G. Vendedores

Encargado de mostrar al cliente los productos y sus características, dar demostraciones de su uso, asesorar al cliente acerca de cuál producto satisface mejor sus necesidades, estar totalmente capacitado e informado acerca de los productos que vende.

Funciones de Vendedores

1. Atención al cliente:

- Recibir y asesorar al cliente de forma cordial y profesional.
- Escuchar sus necesidades y recomendarle productos adecuados.
- Resolver dudas técnicas básicas sobre materiales, herramientas o equipos.

2. Gestión de ventas

- Cotizar y elaborar pedidos de clientes.
- Aplicar políticas de precios, descuentos o promociones vigentes.
- Registrar la venta correctamente en el sistema/caja.

H. Auxiliar Bodega

Es el encargado de recibir, descargar, revisar, almacenar, alistar y cargar material.

Funciones de Auxiliar de Bodega

1. Recepción de mercadería

- Descargar productos recibidos de proveedores.
- Revisar junto al jefe de bodega que la mercadería coincida con la factura.
- Trasladar los productos al área de almacenamiento correspondiente.

2. Almacenamiento y organización

- Colocar los productos en estanterías, pallets o zonas asignadas.
- Mantener la bodega limpia, ordenada y señalizada.
- Aplicar métodos de rotación de inventario (ejemplo: PEPS).

3. Control de inventarios

- Registrar entradas y salidas en formatos o sistema, según indicaciones.
- Apoyar en conteos cíclicos y en inventarios generales.

4. Despacho de mercadería

- Preparar pedidos para clientes o sucursales según factura.
- Cargar y descargar productos en los vehículos de reparto.
- Revisar que el pedido coincida con lo facturado antes de entregarlo.

5. Apoyo en seguridad y prevención

- Manejar los productos pesados o delicados siguiendo normas de seguridad.

- Reportar daños, pérdidas o irregularidades al jefe de bodega.

I. Cobranza

El objetivo del departamento de cobranza es gestionar las cuentas de cobrar de tal manera que la cartera realice los pagos puntuales, evitando niveles elevados de morosidad.

Funciones Cobranza

1. Gestión de cuentas por cobrar

- Mantener actualizado el listado de clientes con crédito.
- Revisar saldos pendientes y fechas de vencimiento.
- Dar seguimiento puntual a facturas vencidas.

2. Comunicación con clientes

- Contactar a clientes para recordar fechas de pago.
- Negociar planes de pago o reprogramaciones cuando corresponda

(siguiendo políticas de la empresa).

Brindar comprobantes de pago o estados de cuenta cuando se soliciten.

3. Registro y control

- Registrar pagos recibidos en el sistema o planillas.
- Conciliar cobros contra facturas pendientes.
- Entregar reportes periódicos a contabilidad/gerencia.

4. Gestión administrativa

Preparar documentación de cobros (recibos, notas de crédito, etc.).

Apoyar en trámites legales de cobranza en caso de morosidad (coordinado con la gerencia o área legal).

5. Apoyo a políticas de crédito

- Verificar que los clientes que soliciten crédito cumplan los requisitos establecidos.
- Informar sobre riesgos de clientes morosos o reincidentes.

J. Auxiliar de Compras

Son los asistentes de compras ayudan a los compradores o gerentes a completar controles de inventario, completar y corregir formularios de pedido y realizar estudios de mercado.

Funciones Auxiliar de Compras

1. Apoyo en gestión de proveedores

- Solicitar cotizaciones a proveedores según indicaciones del encargado de compras.
- Comparar precios y condiciones en cuadros básicos.
- Mantener actualizado el directorio de proveedores.

2. Gestión administrativa de pedidos

- Elaborar órdenes de compra en el sistema o formularios establecidos.
- Dar seguimiento a pedidos hasta su entrega en bodega.
- Revisar documentos de soporte (facturas, remisiones, órdenes de compra).

3. Control y archivo

- Organizar y archivar contratos, cotizaciones y órdenes de compra.
- Llevar registros de compras en planillas o software.

- Preparar reportes de compras periódicos para el jefe de área.

4. Coordinación interna

- Informar a bodega y logística sobre entregas programadas.
- Apoyar en la verificación de mercadería recibida (en conjunto con bodega).
- Canalizar reclamos menores a proveedores (ejemplo: diferencias de cantidad).

5. Apoyo al área de contabilidad

- Entregar facturas y documentos de compras a contabilidad para el pago oportuno.
- Verificar que los datos de facturas coincidan con la orden de compra.

K. Caja

Su función principal es controlar la entrada y salida de dinero.

Funciones Caja

1. Gestión de cobros

- Recibir pagos de clientes en efectivo, tarjeta o transferencia.
- Verificar billetes y monedas para evitar fraudes.
- Emitir comprobantes de pago (facturas, tickets o recibos).

2. Registro de transacciones

- Ingresar cada pago en el sistema de facturación/caja.
- Mantener actualizado el arqueo de caja diario.

3. Control de ingresos

- Custodiar el efectivo recibido durante la jornada.

- Realizar cortes de caja en los horarios establecidos.
- Preparar depósitos bancarios o entregas de efectivo según procedimientos.

4. Atención al cliente

- Brindar información sobre formas de pago y promociones vigentes.
- Resolver dudas simples relacionadas con cobros.
- Redirigir al cliente al área correspondiente si requiere asesoría de ventas.

L. Motorista

Cumple con la función de repartir y entregar los pedidos a cada uno de los clientes que los solicitan, haciendo uso de los medios de transporte de la empresa.

Funciones Motorista

1. Transporte y entrega de mercadería

- Conducir vehículos de la empresa para entregar pedidos a clientes y sucursales.
- Asegurar que la carga coincida con la factura/nota de envío antes de salir.
- Descargar o supervisar la descarga en el lugar de entrega.

2. Cuidado del vehículo

- Revisar diariamente el estado mecánico y niveles básicos (aceite, agua, llantas, frenos).
- Reportar inmediatamente desperfectos o daños al encargado.
- Mantener el vehículo limpio y ordenado.

5. Control administrativo básico

- Llevar un registro de entregas diarias.

- Entregar comprobantes de entrega y facturas firmadas a administración/logística.

M. Cuentas por Pagar

Se encarga de la recepción de facturas y gestión de la deuda, pero también de coordinar los plazos con el objetivo de reducir los riesgos de operación y los costes de financiación.

Funciones Cuentas por Pagar

1. Registro y control de facturas

- Recibir, revisar y registrar facturas de proveedores.
- Verificar que las facturas coincidan con las órdenes de compra y la mercadería recibida.
- Clasificar facturas por fechas de vencimiento.

2. Gestión de pagos

- Programar pagos a proveedores según plazos acordados.
- Elaborar cheques, transferencias o solicitudes de pago.
- Garantizar que los pagos se realicen en tiempo y forma.

5. Orden y seguridad

- Mantener el área de despacho limpia y organizada.
- Cumplir normas de seguridad en la manipulación de cargas.
- Evitar errores que afecten inventario o satisfacción del cliente.

N. Despacho

Coordinar las operaciones de logística y transporte, asegurando una comunicación y coordinación fluida y eficiente entre conductores, clientes y proveedores de servicios.

Funciones de Despacho

1. Preparación de pedidos

- Recibir las facturas o notas de pedido autorizadas.
- Seleccionar y preparar la mercadería solicitada.
- Verificar cantidades y referencias antes de empacar.

2. Control de entregas

- Revisar que cada pedido preparado coincida con la factura.
- Separar pedidos por rutas, clientes o tipo de entrega (local/envío).
- Entregar los pedidos al motorista o directamente al cliente, según

corresponda.

3. Apoyo a compras y bodega

- Informar a compras sobre productos con bajo stock o próximos a agotarse.
- Alertar sobre productos obsoletos o de lento movimiento.
- Coordinar con bodega para la correcta ubicación y orden de la mercadería.

4. Prevención de pérdidas

- Identificar y reportar productos dañados, vencidos o extraviados.
- Verificar que se cumplan medidas de seguridad en almacenamiento.
- Controlar accesos al área de inventario.

5. Reportes a gerencia y contabilidad

- Elaborar informes de inventarios periódicos (stock disponible, diferencias, rotación).

- Entregar reportes de ajuste a contabilidad para registros financieros.
- Apoyar en auditorías internas y externas.

O. Inventarios

Se encarga de ingresar en el sistema los productos nuevos que entraron a bodega; también una de sus funciones es reportar al responsable de adquisiciones las mermas de producto, para que este se encargue de hacer el pedido.

Funciones Inventarios

1. Control y registro de existencias

- Mantener actualizado el registro de entradas y salidas de mercadería.
- Verificar que los movimientos coincidan con facturas, órdenes de compra y despachos.
- Usar sistema informático o planillas para el control de inventario.

2. Toma física de inventarios

- Realizar inventarios periódicos (mensuales, trimestrales, anuales).
- Conciliar inventario físico con registros del sistema.
- Reportar diferencias o irregularidades detectadas.

4.1.1.1.3 Salarios de los puestos laborales

Tabla No 6: salarios

CARGOS	SALARIOS
Gerencia General	\$ 1000.00
Gerencia Financiero	\$ 900.00
Contabilidad	\$ 850.00
Cobranza	\$ 450.00
Cuenta por pagar	\$ 450.00
Compras	\$ 400.00
Auxiliar de compras	\$ 365.00
Jefe de ventas	\$ 400.00
Vendedores	\$ 365.00
Caja	\$ 365.00
Despacho	\$ 365.00
Jefe de bodega	\$ 400.00

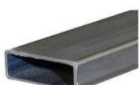
Línea de productos de construcción más representativos con mayor volumen de ventas de Ferretería La Exitosa (seleccionados en esta investigación) ¹⁰

Tabla No 7: descripción de productos de construcción

¹⁰ VER ANEXO PARA VER EL CUADRO DE MAYOR VENTAS DE PRODUCTOS

N o	PRODUCTO	CODIGO	NOMBRE DEL PRODUCTO	CARACTERISTICAS
1		1001	CEMENTO CESSA HOLCIM 42.5kg bolsa	* USO GENERAL * ALTA RESISTENCIA MAYOR A 4,200 PSI A LOS 28 DIAS * FABRICADO CON NORMA C 1157 * ES UTILIZADO EN CONCRETO, ZAPATAS, SOLERAS DE FUNDACION, LOSAS, MORTEROS Y SUELO DE CEMENTO CONVENCIONAL
2		1002	BLOQUE ENTERO 10x20x40cm SALTEX	* ALTA RESISTENCIA * DENSIDAD SECA DEL CONCRETO * PROBADO POR LAS NORMAS DE LABORATORIO ACTM- C90-22 * USO GENERAL TODO TIPO DE CONSTRUCCION * RESISTENTE A LA HUMEDAD Y AL FUEGO
3		1003	BLOQUE MITAD (DADO) 10x20x20cm SALTEX	* ALTA RESISTENCIA * DENSIDAD SECA DEL CONCRETO * PROBADO POR LAS NORMAS DE LABORATORIO ACTM- C90-22 * USO GENERAL TODO TIPO DE CONSTRUCCION * RESISTENTE A LA HUMEDAD Y AL FUEGO
4		1004	BLOQUE SOLERA 10x20x40cm SALTEX	* ALTA RESISTENCIA * DENSIDAD SECA DEL CONCRETO * PROBADO POR LAS NORMAS DE LABORATORIO ACTM- C90-22 * USO GENERAL TODO TIPO DE CONSTRUCCION * RESISTENTE A LA HUMEDAD Y AL FUEGO
5		1005	BLOQUE ENTERO 15x20x40cm SALTEX	* ALTA RESISTENCIA * DENSIDAD SECA DEL CONCRETO * PROBADO POR LAS NORMAS DE LABORATORIO ACTM- C90-22 * USO GENERAL TODO TIPO DE CONSTRUCCION * RESISTENTE A LA HUMEDAD Y AL FUEGO

No	PRODUCTO	CODIGO	NOMBRE DEL PRODUCTO	CARACTERISTICAS
6		1008	BLOQUE ENTERO 20x20x40cm SALTEX	* ALTA RESISTENCIA* DENSIDAD SECA DEL CONCRETO * PROBADO POR LAS NORMAS DE LABORATORIO ACTM- C90- 22* USO GENERAL TODO TIPO DE CONSTRUCCION * RESISTENTE A LA HUMEDAD Y AL FUEGO
7		1009	BLOQUE MITAD (DADO) 20x20x20cm SALTEX	* ALTA RESISTENCIA * DENSIDAD SECA DEL CONCRETO * PROBADO POR LAS NORMAS DE LABORATORIO ACTM- C90-22 * USO GENERAL TODO TIPO DE CONSTRUCCION * RESISTENTE A LA HUMEDAD Y AL FUEGO
8		1010	LADRILLO CALAVERA - ROJO TRADICIONAL OFERTA SIN FLETE	* USO GENERAL * EXCELENTE PRESENTACION EN PAREDES VISTAS * BIEN COCIDOS * ACCESIBILIDAD DE PEGADO
9		1011	CEMENTO FORTALEZA bolsa 42.5kg	* USO GENERAL * NORMAS C 1157 * CUMPLE CON TODAS LAS ESPECIFICACIONES DE CALIDAD * ALTA RESISTENCIA Y DURABILIDAD
10		1012	HIERRO CORRUGADO 1/2" CORINCA G.40 varilla 6mt	* ALTA RESISTENCIA * FLEXIBILIDAD ABSOLUTA * ANTISISMICO * PARA TODO TIPO DE TRABAJO

No	PRODUCTO	CODIGO	NOMBRE DEL PRODUCTO	CARACTERISTICAS
11		1015	HIERRO CORRUGADO 3/8" CORINCA G.40 varilla 6mt (14var=1qq)	* ALTA RESISTENCIA * FLEXIBILIDAD ABSOLUTA * ANTISISMICO * PARA TODO TIPO DE TRABAJO
12		1016	TUBO CUADRADO GALVANIZADO 4" (1.5mm) ESTRUCTURAL	* MILIMITRAJES ORIGINALES * MAYOR CALIDAD ANTE EL SALITRE * DURABILIDAD * PARA ESTRUCTURAS PESADAS
13		1017	POLIN C 4" GALVANIZADO (1.50mm) 31.5lb	* RECUBRIMIENTO GALVANIZADO * IDEAL PARA MONTAJES DE ESTRUCTURAS * SOPORTES DE CARGAS COMO VIGAS, COLUMNAS Y CUBIERTAS * MEDIDAS ORIGINALES
14		1018	TUBO RECTANGULAR GALVANIZADO 4"x2" (1.5mm) ESTRUCTURAL	* MILIMITRAJES ORIGINALES * MAYOR CALIDAD ANTE EL SALITRE * DURABILIDAD * PARA ESTRUCTURAS PESADAS
15		1019	TUBO RECTANGULAR GALVANIZADO 2"x1" (1.2mm)	* MILIMITRAJES ORIGINALES * MAYOR CALIDAD ANTE EL SALITRE * DURABILIDAD * PARA ESTRUCTURAS PESADAS
16		1020	TUBO CUADRADO GALVANIZADO 1" (1.5mm) ESTRUCTURAL	* MILIMITRAJES ORIGINALES * MAYOR CALIDAD ANTE EL SALITRE * DURABILIDAD * PARA ESTRUCTURAS LIVIANAS Y BARANDAS

Pensamiento estratégico: misión, visión y valores

La misión, la visión y los valores son elementos esenciales que permiten a la empresa el conocer cuál es el objetivo que nos plateamos y hacia dónde queremos llegar hacia un futuro, qué aspectos nos diferencian de la competencia y cuáles son nuestros principales productos que ofertamos a nuestros consumidores. Ferretería La Exitosa no poseía una visión, misión y valores, por lo cual tenemos las siguientes propuestas:

4.1.1.1.4 Misión de Ferretería La Exitosa

Figura No 7: propuesta de misión



4.1.1.1.5 Visión de Ferretería La Exitosa

Figura No 8: propuesta de visión para la ferretería



La organización no cuenta con sus valores establecidos, por ende, se ha creado una lista de valores que se pretende proponer a la empresa para que ésta lo ponga a disposición de los empleados.

4.1.1.1.6 Valores de Ferretería La Exitosa

- **Veracidad:** Es el valor que nos hace comunicarnos con otros en base a la verdad de lo que sabemos, pensamos, sentimos o creemos.
- **Honradez:** Es la vocación por el buen obrar, o sea, por la rectitud, la integridad y especialmente la honestidad.
- **Honestidad:** Persona que es decente, decorosa, pudorosa, razonable, justa, honrada y recta.
- **Lealtad:** Una fidelidad firme ante cualquier tentación de renunciar, desertar o traicionar
- **Respeto:** Es un valor que permite al ser humano reconocer, aceptar, apreciar y valorar las cualidades del prójimo y sus derechos.

- **Amabilidad:** Es la cualidad de amable. Este adjetivo se refiere a aquel o aquello que es afable, afectuoso o digno de ser amado.
- **Calidad:** Es un conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas.
- **Puntualidad:** Representa cortesía, educación, respeto, sinceridad, honestidad y cumplimiento de palabra.

4.1.1.1.7 Políticas de ventas

Políticas de venta de Ferretería La Exitosa

1) Propósito

Establecer un conjunto de directrices que regulen las actividades de venta en Ferretería La Exitosa, asegurando un proceso eficiente, transparente y orientado a satisfacer las necesidades del cliente mientras se cumplen los objetivos comerciales de la empresa.

2) Alcance

Estas políticas aplican a todos los empleados y colaboradores involucrados en actividades de venta directa o indirecta, incluyendo agentes de ventas, representantes comerciales y otros departamentos relacionados.

3) Políticas Generales

1. Atención al cliente:

- El cliente siempre será tratado con cortesía, profesionalismo y respeto.
- Se garantizará que el cliente reciba información completa y precisa sobre los productos o servicios.

2. Conocimiento del producto:

- Los vendedores deben conocer las características, beneficios, precios y limitaciones de los productos o servicios ofrecidos.
- El personal de ventas recibirá capacitaciones periódicas, en la atención al cliente y en las características técnicas de los productos para mantenerse actualizado.

3. Condiciones de venta:

- Las condiciones de venta (precios, descuentos, plazos, promociones) deberán estar aprobadas por el gerente general.
- Cualquier excepción deberá ser autorizada previamente por un supervisor o gerente.

4) Política de precios:

- Los precios establecidos en el catálogo oficial o sistema de la empresa serán los únicos válidos.
- Está prohibido modificar precios sin la aprobación correspondiente.

1. Descuentos y promociones:

- Los descuentos y promociones se aplicarán exclusivamente bajo las condiciones y fechas estipuladas por la empresa.
- Los vendedores no podrán ofrecer beneficios no aprobados oficialmente.

2. Cobranza y términos de pago:

- El personal de ventas deberá informar al cliente sobre los términos de pago aplicables (contado, crédito, plazos, etc.).
- No se entregará el producto o servicio sin el cumplimiento de las condiciones de pago establecidas.

5) Políticas de Gestión de Ventas

1. Prospección:

- La búsqueda de clientes potenciales será una actividad constante y planificada, utilizando los canales autorizados por la empresa.

2. Cierre de ventas:

- Los vendedores deben documentar todas las ventas en los sistemas de registro oficiales.
- Es obligatorio entregar al cliente un comprobante o factura que respalde la transacción.

3. Post venta:

- Se realizará seguimiento a las ventas realizadas para asegurar la satisfacción del cliente.
- El personal de ventas será responsable de canalizar cualquier reclamación al área correspondiente.

4. Devoluciones y garantías:

- Las devoluciones solo serán aceptadas bajo las condiciones especificadas en la política de devoluciones de la empresa.
- Los clientes deben ser informados de las garantías disponibles y cómo hacerlas efectivas.

6) Políticas de Ética Comercial**1. Prohibición de prácticas desleales:**

- Está prohibido proporcionar información falsa o engañosa al cliente.
- Los vendedores no podrán desacreditar a la competencia en sus presentaciones.

2. Confidencialidad:

- Toda la información del cliente (datos personales, preferencias, historial de compras) será tratada con confidencialidad, conforme a las leyes aplicables.

3. Cumplimiento legal:

- Las actividades de venta deberán cumplir con las normativas locales, incluyendo las leyes de protección al consumidor.

7) Políticas de recepción de mercancía

- La mercancía que ingrese a la tienda deberá de estar respaldada por la factura original.
- Se devolverá la mercancía que llegue en mal estado.
- En el área de Almacén no podrá entrar otra persona ajena a esa área solo si está autorizado por el jefe.
- Las adquisiciones de mercancía en general que se efectúen deberán de ser recibidas y contadas por el encargado de bodega.
- El jefe de bodega debe de firmar de recibido la factura original que presente el proveedor una vez que la mercancía ha sido entregada y revisada.
- Revisar que la mercancía entregada cumpla con todas las especificaciones de la orden de compra.
- Cualquier anomalía que presente la mercancía debe de reportarse al Gerente.

Matriz FODA

En base a lo observado y lo investigado, se ha considerado el siguiente cuadro como análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que impactan a la empresa. Sin embargo, cabe señalar que posterior a este proceso, a nivel interno, determinarán las estrategias de mejora que busquen un equilibrio en su situación actual y a futuro.

Procedimiento operativo para desarrollar la estrategia

4.1.1.1.8 ESTRATEGIA (F2, O1)

Expandir la cobertura comercial y mejorar la oferta local aprovechando el reconocimiento y experiencia en la zona, con campañas dirigidas al nuevo segmento de mercado en crecimiento, fortaleciendo así el posicionamiento y participación de mercado.

Alianzas Estratégicas con Proyectos de Construcción – Zona La Libertad Costa

2. Objetivo General

Establecer relaciones comerciales sólidas con al menos 5 proyectos de construcción activos en la zona de La Libertad Costa en un período de 6 meses, mediante la oferta de materiales de alta calidad con beneficios por compras al por mayor.

3. Alcance

- **Zona geográfica:** distrito La Libertad, municipio La Libertad Costa, departamento La Libertad, El Salvador.
- **Áreas involucradas:** Ventas, logística, marketing y gerencia comercial.
- **Duración:** Mayo a octubre 2025.
- **Clientes meta:** Empresas constructoras pequeñas, medianas y grandes con proyectos en ejecución.

4. Acciones Específicas o Actividades

Acción	Responsable	Recursos	Plazo
Levantamiento de información sobre proyectos de construcción activos	Equipo de ventas	Base de datos, internet, contactos locales	Mayo 2025
Creación de portafolio comercial exclusivo para constructoras	Departamento de marketing	Diseño gráfico, fichas técnicas	Mayo 2025
Contacto y visitas a empresas constructoras identificadas	Agente de ventas	Material promocional, vehículo	Junio–Julio 2025
Negociación de condiciones	Gerente comercial	Listas de precios,	Julio 2025

comerciales especiales (descuento por volumen 5%-10%)		simuladores de margen	
Formalización de alianzas mediante contratos	Departamento legal (externo)	Modelos de contratos	Julio–agosto 2025
Entrega oportuna de pedidos y seguimiento posventa	Logística y atención al cliente	Sistema de gestión de pedidos, bitácora	Agosto–octubre 2025

5. Indicadores de Éxito (KPIs)

Indicador	Meta	Método de medición	Frecuencia
N.º de alianzas formalizadas	≥ 5	Contratos firmados	Bimestral
Monto en ventas a constructoras	$\geq \$20,000$ mensuales	Reporte de ventas	Mensual
Nivel de satisfacción del cliente	$\geq 75\%$	Encuestas posventa	semestral
Tiempo promedio de entrega	≤ 48 horas	Sistema logístico	Continuo

6. Evaluación y Seguimiento

- Revisión mensual de indicadores de ventas y avance de alianzas.
- Reuniones bimestrales entre gerencia de ventas y logística para asegurar

cumplimiento operativo.

- Evaluación final en octubre 2025 con propuesta de continuidad o expansión hacia nuevas zonas.

Presupuesto Sugerido para la Estrategia de Alianzas Comerciales

1. Investigación de mercado

Concepto	Monto estimado (USD)	Detalles
Compra o acceso a bases de datos de proyectos	\$5.00	Alcaldía Municipal del Puerto de La Libertad
Viáticos para visitas preliminares (gasolina, transporte, alimentación)	\$120	Recorridos por zonas de interés

Subtotal: \$125.00

2. Material promocional y branding (ver nota, al final)

Concepto	Monto estimado (USD)	Detalles
Diseño y edición del portafolio comercial	\$70	Trabajo gráfico interno o freelance
Impresión de hojas volantes y tarjetas	\$80	Cantidad estimada: 150 hojas volantes + 500 tarjetas de presentación
Regalos corporativos (lapiceros, gorras)	\$150	Para reforzar el contacto comercial

Subtotal: \$300.00

3. Personal y logística

Concepto	Monto estimado (USD)	Detalles
Honorarios para ejecutivo comercial por 6 meses	\$2,400	Pago mensual \$400 (si es externo)
Soporte legal para redacción de contratos	\$200	Contratación puntual o asesoría
Transporte/logística para reuniones y entregas	\$300	Gasolina, uso de vehículos propios o alquilados

Subtotal: \$2,900

4. Activaciones y fidelización

Concepto	Monto estimado (USD)	Detalles
Evento de presentación o desayuno con constructoras	\$400	Hotel local o restaurante en La Libertad
Sistema de descuentos automatizado (planilla Excel)	\$150.	Desarrollo interno o servicio externo básico

Subtotal: \$550.00

5. Contingencias (10% del total)

Concepto	Monto estimado (USD)
Fondo para ajustes, imprevistos, cambios de alcance (caja chica)	\$387.50

Resumen del Presupuesto General

Categoría	Subtotal
Investigación de mercado	\$125
Material promocional	\$300
Personal y logística	\$2,900
Activaciones y fidelización	\$550
Contingencias (10%)	\$387.50
Total, estimado	\$4,262.50

Recomendaciones

- Si el presupuesto es limitado, reducir el gasto en material físico (más digital) o asumir algunos roles internamente.
- Aprovechar alianzas con universidades (para pasantes) o cámaras empresariales para minimizar costos de contacto y logística.
- Considerar que estos montos son **referenciales** y deben ajustarse según proveedores locales, salarios y alcance final.

4.1.1.1.9 *ESTRATEGIA (F4, O4)*

Incorporar nuevas tecnologías en el desarrollo y promoción del portafolio existente, reforzando la presencia digital y optimizando los procesos para responder ágilmente a las demandas del mercado, manteniendo el liderazgo de marca.

2. Objetivo General

Posicionar la marca de Ferretería La Exitosa, utilizando las nuevas tecnologías buscando aumentar la visibilidad y el reconocimiento de la marca generando una mejor experiencia en el cliente.

3. Alcance

- **Zona geográfica:** distrito La Libertad, municipio La Libertad Costa, departamento La Libertad, El Salvador.

- **Áreas involucradas:** Ventas, logística, marketing y gerencia comercial.
- **Duración:** Julio a diciembre 2025.
- **Clientes meta:** Empresas constructoras pequeñas, medianas y grandes con

proyectos en ejecución.

4. Acciones Específicas o Actividades

N.º	Acción	Responsable	Recursos	Plazo
1	Definición del público objetivo	Departamento de marketing	Base de datos de cliente y ventas, observación, tendencias en redes sociales, plataformas digitales.	Jul-Agosto 2025
2	Creación de contenido relevante	Departamento de marketing	Herramienta de audio, herramienta de ediciones, herramienta de escritura, herramienta de investigación, herramienta de planificación y análisis	Sept-Octubre 2025
3	Utilización de canales digitales	Departamento de marketing	Redes sociales, páginas web, anuncios digitales. Plataformas, software y aplicaciones	Nov-Dic 2025

5. Indicadores de Éxito (KPIs)

Indicador	Meta	Método de medición	Frecuencia
Definición del público objetivo	≥ 5	Base de datos	Bimestral
Creación de contenido relevante	$\geq \$500$ mensuales	Herramientas de investigación	Trimestral
Utilización de canales digitales	$\geq 85\%$	Encuestas	Trimestral

6. Evaluación y Seguimiento

- Análisis de datos
- Adaptación de estrategias
- Integración de herramientas
- Adaptabilidad al cambio

Presupuesto Sugerido para la Estrategia de Incorporar nuevas tecnologías en el desarrollo y promoción del portafolio existente.

1. Investigación de mercado

Concepto	Monto estimado (USD)	Detalles
Crear el contenido digital	\$400.00	Planificar y elaborar material multimedia para plataforma online, como blog, o redes sociales, elaboración de un calendario de contenidos para planificar la publicación, establecer la frecuencia y los canales de distribución, definir el estilo y formato de los contenidos.
Canales digitales	\$400.00	Publicar el contenido en las plataformas digitales adecuadas Promover el contenido

Subtotal: \$800.00

2. Material promocional y branding

Concepto	Monto estimado (USD)	Detalles
Diseño y edición del contenido relevante digital.	\$150.00	Elaboración del contenido digital
Utilización de canales digitales	\$300.00	Publicación del contenido digital

Subtotal: \$450.00

3. Personal y logística

Concepto	Monto estimado (USD)	Detalles
Honorarios para empresas creadora de contenido digital por 3 meses	\$500	Pago mensual \$1,500

Subtotal: \$1,500

4. Activaciones y fidelización

Concepto	Monto estimado (USD)	Detalles
Evento de presentación digitales	\$150	En las plataformas digitales
Sistema de promociones de las marcas posicionadas	\$75	Desarrollo de publicaciones de las marcas posicionadas

Subtotal: \$225.00

5. Contingencias (10% del total)

Concepto	Monto estimado (USD)
Fondo para ajustes, imprevistos, cambios de alcance (caja chica)	\$297.50

Resumen del Presupuesto General

Categoría	Subtotal
Investigación de mercado	\$800
Material promocional	\$450
Personal y logística	\$1500
Activaciones y fidelización	\$225
Contingencias (10%)	\$297.50
Total, estimado	\$3,272.50

Recomendaciones

- Si el presupuesto es limitado, reducir el gasto en material digital.

4.1.1.1.10 ESTRATEGIA (F4, A4)

Adaptar el portafolio de marcas a las nuevas tendencias de consumo mediante innovación y relanzamiento de productos, usando el reconocimiento de marca como palanca para introducir versiones mejoradas o ajustadas a los nuevos gustos del consumidor.

2. Objetivo General

Fortalecer el posicionamiento de nuestro portafolio de marcas, adaptando continuamente nuestra oferta, como la adquisición de nuevos productos, para satisfacer las necesidades y gustos

de los consumidores, con el fin de mantener la relevancia y el crecimiento sostenible reconociendo la naturaleza dinámica del mercado y respondiendo a los cambios en las preferencias de los clientes.

3. Alcance

- **Zona geográfica:** distrito La Libertad, municipio La Libertad Costa, departamento La Libertad, El Salvador.
- **Áreas involucradas:** Ventas, logística, marketing y gerencia comercial.
- **Duración:** Mayo a octubre 2025.
- **Clientes meta:** Empresas constructoras medianas y grandes con proyectos en ejecución y contratistas.

4. Acciones Específicas o Actividades

N.º	Acción	Responsable	Recursos	Plazo
1	Creación de portafolio comercial exclusivo para constructoras	Agente de ventas externos	Fichas técnicas de productos de construcción;	Junio 2025
2	Lanzamientos de nuevos productos y sustitutos adaptados a los cambios y gustos de los consumidores	Departamento de marketing, colaboración de influencers de las marcas a promocionar	Vehículos, internet, sonido publicitario, kioskos, hojas volantes	Julio–agosto 2025
3	Monitorear las ventas durante y después de la campaña	Gerente de ventas	Kardex	Agosto–octubre 2025

5. Indicadores de Éxito (KPIs)

Indicador	Meta	Método de medición	Frecuencia
N.º de contactos y llamadas realizadas	≥ 100	Hoja de cálculo	Mensual
Adquisición de nuevos clientes	≥ 10 clientes	Reporte de ventas	Mensual
Nivel de satisfacción del cliente	≥ 70%	Encuestas posventa	Trimestral

6. Evaluación y Seguimiento

- Revisión mensual de indicadores de ventas y adquisición de nuevos clientes
- Reuniones mensuales entre gerencia, marketing y departamento de ventas
- Evaluación final en octubre 2025 con propuesta de continuidad o expansión hacia

nuevas zonas en construcción.

Presupuesto Sugerido para la Estrategia de portafolios de marcas, y cambios en los gustos de los consumidores.

1. Investigación de mercado

Concepto	Monto estimado (USD)	Detalles
Publicidad y lanzamiento de nuevos productos en zonas de construcción y turismo	\$50	Alquileres de kioskos
Viáticos para visitas preliminares (gasolina, transporte, alimentación)	\$100	Publicidad en zona seleccionada

Subtotal: \$150.00

2. Material promocional y branding (ver nota, al final)

Concepto	Monto estimado (USD)	Detalles
Muestras y fichas técnicas de los nuevos productos para los gustos de los clientes de las zonas	\$75	Trabajos publicitarios
Impresión de hojas volantes y tarjetas	\$80	Cantidad estimada: 150 hojas volantes + 500 tarjetas de presentación
Promocionales, regalos corporativos	\$75	Para reforzar el contacto comercial

Subtotal: \$230.00

3. Personal y logística

Concepto	Monto estimado (USD)	Detalles
Honorarios para departamento de marketing y influencers por 3 meses	\$1,200	Pago mensual \$400
Transporte/logística para reuniones y entregas	\$300	Gasolina, uso de vehículos propios o alquilados

Subtotal: \$1,500

4. Activaciones y fidelización

Concepto	Monto estimado (USD)	Detalles
Sistema de descuentos automatizado (caso de ventas durante el evento)	\$150.	Desarrollo de servicio externos de publicidad

Subtotal: \$150

5. Contingencias (10% del total)

Concepto	Monto estimado (USD)
Fondo para ajustes, imprevistos, cambios de alcance (caja chica)	\$203

Resumen del Presupuesto General

Categoría	Subtotal
Investigación de mercado	\$150
Material promocional	\$230
Personal y logística	\$1500
Activaciones y fidelización	\$150
Contingencias	\$203
Total, estimado	\$ 2,233

Recomendaciones

- Si el presupuesto es limitado, solicita a los proveedores promocionales de las diferentes marcas adquiridas.
- Aprovechar alianzas con los clientes que nos visitan al evento publicitario para incrementar las ventas

4.1.1.1.11 ESTRATEGIA (D3, O4)

Desarrollar campañas de publicidad digital segmentadas que se adapten a las nuevas tendencias y preferencias de los consumidores, aprovechando herramientas de análisis de mercado para mejorar la efectividad de la comunicación.

Objetivo general

Desarrollar campañas de publicidad segmentadas que se adapten a las nuevas tendencias y preferencias de los consumidores, aprovechando herramientas de análisis de mercado para mejorar su visibilidad atraer nuevos clientes y fortalecer su posición en el mercado.

3. Alcance

- **Zona geográfica:** no hay restricciones geográficas para la difusión de nuestros productos.
- **Áreas involucradas:** marketing, ventas y gerencia comercial.
- **Duración:** Mayo a octubre 2025.
- **Clientes meta:** Empresas constructoras medianas y grandes con proyectos en ejecución.

4. Acciones Específicas o Actividades

N.º	Acción	Responsable	Recursos	Plazo
1	Conocer al público objetivo sus necesidades, deseos, comportamientos y preferencias.	Departamento de marketing	Base de datos y contactos locales	Junio 2025
2	Desarrollar el mensaje publicitario que sea claro, conciso y relevante para el público objetivo.	Publicista digital	Google Ads, Facebook y Adobe Express	Junio– Julio 2025
3	Monitoreo de ventas	Gerente de ventas	Kardex	Agosto 2025

5. Indicadores de Éxito (KPIs)

Indicador	Meta	Método de medición	Frecuencia
Porcentaje de personas que ven el anuncio.	≥ 5	Tasa de interacción	Bimestral
El porcentaje de ventas después de ver el anuncio	$\geq \$400$ mensuales	Herramientas de investigación	Trimestral
Nivel de persuasión	$\geq 85\%$	Análisis de datos de campañas	Trimestral

6. Evaluación y Seguimiento

- Recopilar datos
- Herramientas de medición
- Análisis de datos

Presupuesto Sugerido para la Estrategia de campañas publicitarias

1. Investigación de mercado

Concepto	Monto estimado (USD)	Detalles
Personal, software y herramientas.	\$100	Personal encargado de pasar encuestas
Costos de publicidad	\$100	Anuncios online, anuncios impresos y anuncios de radio/tv.

Subtotal: \$200.00

2. Material promocional y branding

Concepto	Monto estimado (USD)	Detalles
Materiales digitales	\$100	Producción de videos, animaciones, etc.
Impresión	\$100	Carteles, folletos, etc.
Materiales promocionales	\$100	Artículos de oficina, regalos, muestras.

Subtotal: \$300.00

3. Personal y logística

Concepto	Monto estimado (USD)	Detalles
Honorarios para diseñador gráfico por 2 meses	\$600	Pago mensual \$300 (externo)
Especialistas en publicidad digital por 2 meses	\$ 600	Pago mensual \$300 (externo)
Logística	\$100	Envío de materiales y almacenamiento

Subtotal: \$ 1,300

4. Activaciones y fidelización

Concepto	Monto estimado (USD)	Detalles
Fidelización	\$150	Recompensa a los clientes con puntos, descuentos, y acceso

		anticipado a nuevos productos.
Activación	\$150	Evento de lanzamiento de nuevos productos con descuentos especiales.

Subtotal: \$300

5. Contingencias (10% del total)

Concepto	Monto estimado (USD)
Fondo para ajustes, imprevistos, cambios de alcance (caja chica)	\$210

Resumen del Presupuesto General

Categoría	Subtotal
Investigación de mercado	\$ 200
Material promocional	\$300
Personal y logística	\$1,300
Activaciones y fidelización	\$300
Contingencias (10%)	\$210
Total, estimado	\$2,310

Recomendaciones

- Si el presupuesto es limitado, reducir el gasto en contratación de personal externo.

4.1.1.1.12 ESTRATEGIA (D2, O3)

Establecer convenios de colaboración con las constructoras locales para compartir información logística y capacitar al personal en rutas estratégicas de entrega directa, mejorando así la eficiencia del despacho.

2. Objetivo General

Establecer convenios de colaboración con las constructoras locales (ofreciendo la oportunidad de vender materiales y herramientas de construcción directamente a los clientes, por medio del establecimiento de las alianzas proveer materiales a sus proyectos, ofreciéndoles servicios adicionales como asesoría técnica, entregas a domicilio) para compartir información

logística y capacitar al personal en rutas estratégicas de entrega directa, mejorando así la eficiencia del despacho.

3. Alcance

- **Zona geográfica:** distrito La Libertad, municipio La Libertad Costa, departamento La Libertad, El Salvador.
- **Áreas involucradas:** Ventas, logística, marketing y gerencia comercial.
- **Duración:** Julio a noviembre 2025.
- **Clientes meta:** Empresas constructoras pequeñas, medianas y grandes con proyectos en ejecución.

4. Acciones Específicas o Actividades

N.º	Acción	Responsable	Recursos	Plazo
1	Buscar clientes locales	Equipo de investigación comercial	Base de datos, internet, contactos locales	Junio 2025
2	Contacto y visitas a empresas constructoras identificadas.	Ejecutivo de ventas	Material promocional, vehículo	Julio 2025
3	Establecer relaciones a largo plazo y trabajar en conjuntos para optimizar los recursos.	Departamento de marketing Departamento jurídico	Diseño gráfico, fichas técnicas Contratos	Agosto 2025

5. Indicadores de Éxito (KPIs)

Indicador	Meta	Método de medición	Frecuencia
Buscar clientes locales	≥ 5	Contratos firmados	Bimestral
Contacto y visitas a empresas constructoras identificadas.	≥\$800 mensuales	Reporte de ventas	Mensual
Establecer relaciones a largo plazo y trabajar en conjuntos	≥70%	Encuestas posventa	Trimestral

Indicador	Meta	Método de medición	Frecuencia
para optimizar los recursos.			

6. Evaluación y Seguimiento

- Reuniones bimestrales entre gerencia de ventas y logística para asegurar cumplimiento operativo.
- Evaluación final diciembre 2025 para evaluar avances.

Presupuesto Sugerido para la Estrategia de establecer convenios de colaboración con las constructoras locales y coordinar rutas para despachos directos a la construcción.

Investigación de mercado

Concepto	Monto estimado (USD)	Detalles
Buscar clientes locales	\$60.00	Base de datos, internet, contactos locales y recorridos por la zona
Contacto y visitas a empresas constructoras identificadas.	\$120.00	Material promocional, vehículo

Subtotal: \$180.00

2. Material promocional y branding

Concepto	Monto estimado (USD)	Detalles
Creación de códigos QR	\$90	Trabajo gráfico
Seguimiento en tiempo real de la ruta	\$75	Por medio de WhatsApp.
Regalos corporativos (lapiceros, gorras)	\$100	Para reforzar el contacto comercial

Subtotal: \$265.00

3. Personal y logística

Concepto	Monto estimado (USD)	Detalles
Honorarios para ejecutivo comercial por 6 meses	\$1,200	Pago mensual \$200 (si es externo)

Concepto	Monto estimado (USD)	Detalles
Transporte/logística para reuniones y entregas	\$300	Gasolina, uso de vehículos propios o alquilados

Subtotal: \$1,500

4. Activaciones y fidelización

Concepto	Monto estimado (USD)	Detalles
Utilización de tecnología para la mejora y control mantener una comunicación clara y transparente.	\$300	whatsApp., llamadas.

Subtotal: \$300.00

5. Contingencias (10% del total)

Concepto	Monto estimado (USD)
Fondo para ajustes, imprevistos, cambios de alcance (caja chica)	\$224.50

Resumen del Presupuesto General

Categoría	Subtotal
Investigación de mercado	\$180
Material promocional	\$265
Personal y logística	1,500
Activaciones y fidelización	\$300
Contingencias (10%)	\$224.50
Total, estimado	\$2,469.50

Recomendaciones

Ser puntuales en el día y hora establecida.

4.1.1.1.13 ESTRATEGIA (D1, A1)

Implementar un programa de capacitación de atención al cliente para los empleados, con el fin de reforzar las habilidades de comunicación, empatía y resolución de problemas, para lograr un incremento significativo en la satisfacción y fidelización del cliente.

2. Objetivo General

Lograr un incremento en la satisfacción y la fidelización del cliente, reforzando significativamente las habilidades de atención al cliente de parte de los empleados mediante un programa de capacitación.

3. Alcance

Zona geográfica: La Libertad Costa, carretera principal departamento de La Libertad, El Salvador.

Este procedimiento abarca a todos los empleados con contacto directo con el cliente, incluyendo personal de ventas, soporte técnico, recepción y servicio postventa.

Se implementará Casa Matriz. A lo largo de un período de 3 meses.

4. Acciones Específicas o Actividades

Acción	Responsable	Recursos	Plazo
Presentar el plan de capacitación desarrollado a la gerencia	Recursos humanos	Programa de capacitación impreso	Junio 2025
Gestionar la aprobación del presupuesto del programa de capacitación	Recursos humanos	Base de datos de las distintas consultoras internet, llamadas.	Junio 2025
Selección de facilitadores o instructores	Recursos humanos Gerencia general	Almuerzos	Julio 2025
Celebración de firma de contrato con los capacitadores.	Gerencia general	Contrato	Julio 2025
Monitorear las mejorar de los empleados después de la capacitación	Gerente de ventas	Kardex, cuestionarios a los empleados	Agosto-septiembre 2025

5. Indicadores de Éxito (KPIs)

Indicador	Meta	Método de medición
% de empleados capacitados	≥ 95% del personal objetivo	Registro de asistencia

Nivel de satisfacción del cliente	Incremento ≥ 10 puntos)	Encuestas de satisfacción postventa
Tiempo promedio de resolución de problemas	Reducción del 20%	sistema de tickets
Evaluación de desempeño post-capacitación.	$\geq 80\%$ obtiene calificación alta	Test y observaciones prácticas
Retención de clientes	Aumento del 10% trimestral	Sistema de base de datos de clientes

5. Evaluación y Seguimiento

- **Durante la ejecución:**
 - Informes semanales del avance de capacitaciones.
 - Revisión continúa de cumplimiento del cronograma.
- **Post-ejecución:**
 - Análisis comparativo antes vs. después (habilidades y satisfacción del cliente).
 - Reuniones mensuales de seguimiento por 3 meses posteriores.
 - Retroalimentación directa de supervisores y clientes clave.
 - Informe final con lecciones aprendidas y recomendaciones.

Presupuesto Sugerido para la Estrategia de portafolios de marcas, y cambios en los gustos de los consumidores.

6. Presupuesto Estimado de la Estrategia

Rubro	Monto Estimado (USD)
Honorarios de facilitadores externos	\$1,500
Materiales didácticos e impresiones	\$300
Alquiler de espacios / plataformas	\$400
Snacks / refrigerios para sesiones	\$200
Evaluaciones y herramientas digitales	\$250
Incentivos o reconocimientos	\$150
Total, estimado	\$2,800

Recomendaciones

- Si el presupuesto es limitado, se reduce el gasto de material didáctico
- Considerando que estos montos son referenciales y deben ajustar algunas

necesidades.

4.2 Plan de operaciones.

Es una herramienta fundamental en la organización que permite definir de manera clara y detallada el funcionamiento de una empresa, donde se establecen, recursos, estrategias y procedimientos que se realizan diariamente.

4.2.1 Programa de capacitación para personal de ventas

Se ha diseñado un cronograma con diversos temas esenciales para capacitar a los empleados y así poder mejorar las deficiencias que presenta en diferentes áreas de trabajo y se ha optado por contratar a un capacitador. El cual se va a encargar de capacitar a los grupos de empleados se sugiere dividir a los 40 empleados en dos grupos de veinte, cada día sábado se capacitarán en horario de: 8:00 am a 12:00 m y de 1:00 pm a 4:00 pm y el de gerencia los últimos dos sábados de 9:00 am a 12 m. El programa contiene doce temas para los empleados los cuales se impartirán tres temas para cada sábado y dos para la gerencia los cuales serán impartidos un tema para cada sábado. (Las capacitaciones tendrán duración de 1 mes y medio.)

Figura No. 10: programa de capacitación para el personal

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA PERSONAL DE VENTAS	
	
Objetivo	Fortalecer las habilidades de los empleados para que ellos tengan un mejor desempeño laboral.
Meta	Incrementar las ventas en un 10%.
Tiempo de capacitación	De 8:00am a 12:00md para empleados durante un mes. y de 1:00pm a 4:00pm a gerencia. 2 sábados
Temas	
	1. Lenguaje Corporal
	2. Habilidades de atención al cliente
	3. Formación sobre productos
	4. Políticas de la empresa
	5. Gestión de la relación con el cliente
	6. Principios de atención al cliente
	7. Técnicas de persuasión
	8. Emisión de factura electrónica
	9. Resolución de conflictos con los clientes
	10. Uso adecuado de las nuevas tecnologías
	11. Ética y normativa en ventas
	12. Técnicas de ventas

Tabla de evaluación y seguimiento.

Acción	Responsable/monitoreo	Recursos a utilizar	Plazo/monitoreo
Análisis detallado de los procesos de atención al cliente	Gerencia, recursos humanos.	Reportes internos, encuestas de satisfacción	1 mes
Diseño e implementación de un programa de capacitación en atención al cliente	Gerencia, recursos humanos.	Material didáctico, sesiones de formación	4 mes

Indicadores de Evaluación y Seguimiento

- Nivel de satisfacción del cliente (medido a través de encuestas trimestrales).
- Tiempo promedio de respuesta a consultas y reclamos.
- Número de quejas recibidas y su tendencia a lo largo del tiempo.
- Nivel de cumplimiento de la capacitación del personal.
- Tasa de retención de clientes comparada con periodos anteriores.

Riesgos y Alternativas

Riesgo	Estrategia de Mitigación
Resistencia del personal a los cambios	Sensibilización y beneficios por mejoras en desempeño
Falta de adopción de nuevas herramientas tecnológicas	Capacitación y soporte técnico continuo
Baja participación de clientes en encuestas de satisfacción	Incentivos para responder encuestas

La propuesta de este programa permitirá mejorar significativamente la experiencia del cliente y fortalecer la reputación de Ferretería La Exitosa en el mercado. Para garantizar su éxito,

se recomienda un seguimiento continuo de los indicadores de desempeño y realizar ajustes según las necesidades detectadas.

Presupuesto para capacitación de personal

A continuación, se presenta el presupuesto que se ocupara para capacitar al personal de ventas y atención al cliente durante un periodo de mes y medio.

Tabla No 8: presupuesto para capacitación

PRESUPUESTO PARA CAPACITACIÓN DE PERSONAL					
ACTIVIDADES	Características	Costo total	Tiempo	Responsable	Costo Total
Capacitación al personal	40 empleados	\$2500.00	Mes y medio	Recursos humanos	\$2500.00
Total					\$2,500.00

4.3 Plan de mercadeo

4.3.1 Objetivo General:

Realizar una campaña de promoción para captar la atención de los clientes en el sector de la construcción de La Libertad Costa, mediante la implementación de las nuevas tecnologías digitales innovadora y personalizada, para mejorar la ineficiencia publicitaria y así atraer más clientes potenciales en dicha zona.

4.3.2 Objetivos Específicos:

- Proponer una estrategia de marketing y ventas que ayuden incrementar las ventas de Ferretería La Exitosa.
- Identificar la mejor forma de posicionar el producto en la mente del consumidor.
- Dar a conocer estrategias de comercialización que atraiga a nuevos clientes potenciales.
- Ampliar la zona del mercado en los distritos de La Libertad Costa.

- Incrementar la cartera actual de productos para atraer clientes potenciales.

4.3.3 Propuesta de marketing mix (precio, plaza, producto, promoción)

La presente propuesta se desarrolla aplicando las cuatro p más esenciales que se detallan a continuación

Precio: Es la cantidad de dinero que un cliente paga por un producto o servicio.

4.3.3.1.1 Propuesta de revisión de precios:

- ✓ Se propone una política de revisión de precios basada en la recuperación de los costos, implementar un porcentaje de utilidad al producto.
- ✓ Los precios no deben ser más altos que la competencia, ya que el cliente siempre busca ahorrar y comprará donde le ofrecen mejores precios.

Se propone una fórmula para la revisión de precios que se ha desarrollado más adelante en el plan financiero.

Plaza: Es la distribución de productos o servicios

4.3.3.1.2 Zona actual de área de influencia de la Ferretería La Exitosa.

Tabla No 9: zona donde influye la ferretería con sus productos

Distritos
• La Libertad
• Tamanique
• Chiltiupan
Proyectos de construcción en las siguientes zonas:
La Libertad
Cantones

El Centro
Cangrejera
El Cimarrón
San Diego
Melara
Santa Cruz
Morral
Los Ángeles
La Preza
Conchalio
Tamanique
Cantones
Sunzal
Majahual
Tunco
El Palmar
San Alfonso
Chiltiupan
Cantones
El Zonte
Julupe
Taquillo
Shalpa
Regadillo

4.3.3.1.3 *Se propone ampliar la zona de influencia a otros municipios.*

Tabla No 10: propuesta para ampliar la zona de influencia

Distritos
• Comasagua
• Jicalapa
• Mizata
Proyectos de Construcción en zonas diferentes a las incluidas
Cantones
La Shila
El Matazano
El Faro
Jicalapa
Cantones
La Perla
Mizata
San José
San Rafael
San Cristóbal
Chilama

El asesor de ventas y el vendedor van a establecer contactos para visitar los nuevos proyectos y presentarán un plan de visitas y así amplía la zona.

Productos: Son los productos o servicios ofrecidos por un negocio.

Ampliación de la cartera de productos dado que en la encuesta los clientes potenciales mencionaron que requerían nuevos productos de acuerdo con la experiencia.

4.3.3.1.4 *Listado de línea de nuevos productos a adquirir.*

Tabla No 11: propuesta de ampliación de la cartera de productos

Presentación	Nombre	Funciones
1 	Motosierra de espada 20 " MS 4.3hp	Motosierra Stihl MS de gasolina, especialmente recomendada para labores de mantenimiento de los árboles o cortar leña. -Buena para talar árboles de hasta 18". -Motosierra ligera con la reconocida tecnología STIHL, equipamiento resistente y sistema antivibración STIHL.
2 	Cortadora de césped einhell (desbrozadora)	Cortacésped inalámbrico einhell (Batería y cargador se venden cortacésped inalámbrico Einhell GE-CM 18/32 Li - Solo, es un potente ayudante para el mantenimiento del césped. Recomendado para superficies de césped de hasta 180m². Para una larga vida útil "Sin Escobillas" de Einhell y una carcasa de plástico de alta calidad resistente a los impactos
3 	Taladro de rotación de 3/8 380w. truper	• Motor de 380 W, montado sobre Balineras para mayor vida útil y mejor desempeño • Selector de rotación con velocidad reversible para un mayor control de la perforación • Diseño compacto, mango antideslizante control y cómodo
4 	Pulidora de 9pul. industrial modelo dwe4020-b3	Ideal para cortes y desbastes • Motor de 800 watts • Mango de 2 posiciones
5	Pinzas corte diagonal de 6	Cuchillas diseñadas para cortes precisos

		pul.	- Fabricadas en acero al cromo vanadio, 2X más resistentes al desgaste que las de acero al carbono - Acabado niquelado gris, 3X más resistente a la corrosión
6 	Moto fumigadora stihl sr 440		- Largo alcance de pulverización - Potente fumigadora de gran alcance. Depósito de 20 Lts y motor 2 Mix, sistema de arranque simplificado, correas cómodas y empuñadura multifuncional de una mano. De serie con rejilla cónica, rejilla de desvío 45° y rejilla
7 	Martillo con bola 1 libra ingco		- Para trabajos pesados de construcción, albañilería - Cabeza fabricada en acero forzado - Con mango de hule.
8 	Serrucho profesional 18 pul. Ingco		- Todo tipo de trabajo de construcción, albañilería, carpintería. - fabricado en acero 65 mn - dientes por pulgadas: 7 - mango ergonómico - dientes con 2 filos - dientes tratados térmicamente
9 	Tenaza para armador de 12 pul.		Para todo tipo de uso de albañilería, carpintería en general Acero inoxidable y mango de hule

10 	Desarmador de golpe punta Phillips	Para uso de construcción en general.
11 	Almádanas 2 lbs	• almádanas para usos pesados de construcción • acero inoxidable • con mango de hule
12 	• cincel truper 1x10 pul.	• Cincel para todo uso de picado en concreto • Para construcción • De acero inoxidable

Promoción: Tiene como objetivo informar, persuadir y recordar al público

objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece.

Objetivo

- Posicionar en la mente del consumidor la marca, el nombre de la empresa.

Para promocionar la marca o nombre de Ferretería La Exitosa, se realizarán las siguientes acciones:

4.3.3.1.5 Creación de un nuevo y renovado logo.

Creación de un nuevo y renovado logo que sea de fácil recordación y reconocible en la mente de los clientes. Los cuales estarán impresos en toda la papelería de la empresa, como notas de venta, guías de remisión, boletas, facturas, tarjetas de presentación de los vendedores, supervisor y gerencia, folders, en el transporte para distribución, uniforme de los vendedores, mochilas, cintas de embalajes, entre otros.

Tabla No 12: propuesta de nuevo logo para la empresa

Logo actual de la empresa	Propuesta de nuevo logo para la empresa
	

Se distribuirán avisos publicitarios a los potenciales clientes, junto con la tarjeta de presentación del representante comercial.

4.3.3.1.6 Tarjetas de presentación

Figura No 11: tarjeta de presentación



Promoción de venta:

4.3.3.1.7 *Perifoneo/ cuña radial*

En Ferretería La Exitosa encuentra todo lo que necesita con una amplia variedad de herramientas y materiales de construcción, todo lo que necesite para sus proyectos se lo tenemos aquí contamos con una alta calidad en todos los productos, estamos atendiendo en Calle Principal, Barrio El Calvario, frente a Almacenes Prado. Visítanos, será un placer atenderte, nuestros números de teléfonos son: 2241-1720 y 2241-1707.

4.3.3.1.8 *Banner*

Figura No 12: Banner



4.3.3.1.9 *Hojas volantes*

Figura No 13: hoja de volantes



Figura No 14: publicidad



Figura No 15: publicidad



Figura No 16: publicidad



Figura No 17: publicidad



Figura No 18: muñecos inflables

- **MUÑECO INFLABLES**



Accesorio inflable para marionetas rojas y verdes de 20 pies (sin soplador)

Ligero, fácil de llevar. Perfecto para eventos al aire libre, eventos deportivos, oficina, gran inauguración o fiesta.

Reutilizable, fácil de limpiar.

Diseño de ventilación conveniente y flexible para facilitar el inflado y desinflado.

Puede ahorrar mucho espacio después de plegar.

Figura No 19: broshure frente y reverso



FERRETERIA LA EXITOSA



TE OFRECEMOS UNA ALTA GAMA DE MATERIALES PARA TU CONSTRUCCIÓN.

LLAMANOS: 2241-1720-22411716




VISITANOS SERA UN PLACER ATENDERTE
ESTAMOS UBICADOS EN 1AV. SUR CALLE EL CALVARIO PUERTO DE LA LIBERTAD.

DENTRO DE LOS MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN TENEMOS:

- BLOQUES
- LADRILLOS ROJOS QUEMADOS
- PERFILERÍAS
- HIERROS
- MADERAS
- CEMENTOS
- TECHOS
- CLAVOS, ALAMBRES, TORNILLERÍA
- Y MUCHOS MAS

ADEMÁS TE TENEMOS INCREÍBLES OFERTAS EN EL CEMENTO PARA TU CONSTRUCCIÓN .



SOMOS UN EQUIPO COMPROMETIDO QUE FABRICA CEMENTO DE CALIDAD

LA FORTALEZA DE LA CONSTRUCCIÓN



TE OFRECEMOS UNA ALTA GAMA DE HERRAMIENTAS A TU DISPOSICIÓN.

- Tenazas
- Martillos .
- Desarmadores
- Puntas
- Cepillos
- Palas
- Piochas
- Barras
- Cuñas
- Discos
- Alicates
- Almádanas
- Equipo de seguridad
- Y mucho mas



- **TENEMOS UNA ALTA GAMA DE MAQUINAS PARA TODO TIPO DE USOS.**

MOTO-Fumigadora STHIL- Alemana
Mi whatsapp 7736-1241 y 7736-7666
Te espero solo aquí en Casa Agrícola Puerto de La Libertad



- TALADROS
- PULIDORAS
- ROTOMARTILLOS
- SIERRA CALADORA
- MOTOSIERRAS
- Y MUCHO MAS

- **TAMBIÉN OFRECEMOS ACCESORIOS Y QUÍMICOS PARA QUE MANTENGAS LINDA TU PISCINA**

- CEPILLOS.
- CANASTAS RECOGE HOJAS
- RETORNOS
- QUÍMICOS
- Y MUCHO MAS



CONTAMOS CON UN PERSONAL ALTAMENTE CALIFICADO.
7736-1241



TE OFRECEMOS ASESORÍAS EN:

- MANEJO DE PISCINA
- CONSTRUCCIÓN
- MANEJO DE MAQUINAS
- Y TODO TIPO DE HERRAMIENTAS



VISITANOS SERA UN PLACER ATENDERTE

LLAMANOS

2241-1720

2241-1715

CEL: 7736-1241

4.4 Plan financiero.

Propuesta de Plan financiero.

En este estudio se propone presentar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización de nuevos proyectos, que ayuda a tener una evaluación económica para poder implementar la diversificación de nuevos productos a comercializar con el fin de incrementar ventas en Ferretería La Exitosa, obteniendo productos innovadores que ayudan a captar la atención del cliente.

Proveedores para adquisición de nuevos productos.

En la siguiente tabla se presentan la propuesta de posibles proveedores estos distribuyen diversas maquinarias y herramientas de las que la empresa desea adquirir con precios accesibles para el proyecto de inversión de Ferretería La Exitosa, con el fin de incrementar las ventas y mantener la fidelidad de los clientes ofreciéndoles nuevos productos para cubrir sus necesidades

Tabla No 13: proveedores que distribuirán las máquinas y herramientas.

No	Proveedores	Producto	Forma de pago	Tipo de entrega
1	Freud, s.a. de c. v	Taladros	Contado	a domicilio
2	Truper, s. de c.v.	Herramientas	Contado	a domicilio
3	Stihl	Motosierras	Contado	a domicilio
4	Viduc, s.a. de c.v.	Herramientas	Contado	a domicilio
5	Dewalt	Maquinas	Contado	a domicilio

Fuentes de financiamiento.

Los recursos para el financiamiento del presente proyecto de diversificación de nuevos productos, se obtendrán de las siguientes fuentes.

Préstamo solicitado al **Sr. José Dimas**, quien es socio de Ferretería La Exitosa, el préstamo sin interés es de \$ 17,000 de Estados Unidos de América.

**Propuesta de inversión para la adquisición de los nuevos productos
anualmente**

En la tabla se presentan los costos anuales en que incurrirá Ferretería La Exitosa con la nueva adquisición de productos, dichos productos servirán como estrategia para llamar la atención de los clientes que utilizan este tipo de herramientas.

Tabla No 14: costos anuales de la nueva adquisición de productos

Producto Maquinas	Cantidad Anual	Costo unitario	Total
Motosierra	24	\$ 250.00	\$ 6,000.00
Cortadora de césped	12	\$ 120.00	\$ 1,440.00
Taladro	24	\$ 40.00	\$ 960.00
Pulidora	24	\$ 90.00	\$ 2,160.00
Pinzas	24	\$ 7.00	\$ 168.00
Moto fumigadora	6	\$ 316.33	\$ 1,897.98
Martillos	192	\$ 4.50	\$ 864.00
Serruchos	96	\$ 7.00	\$ 672.00
Tenazas	168	\$ 6.00	\$ 1,008.00
Desarmadores	72	\$ 2.25	\$ 162.00
Almahanas	48	\$ 4.50	\$ 216.00
Cinceles	24	\$ 3.50	\$ 84.00
Total, general			\$15,632.00

Gastos de la ferretería

En la presente tabla se detallan los gastos mensuales que incurrirá Ferretería La Exitosa para la adquisición de nuevos productos al inventario la cual se detallan a continuación:

- Adquisición de nuevos productos para la venta

Tabla No 15: gastos de adquisición de los productos

Gastos de adquisición de nuevos productos	
Flete/transporte	\$200.00

Determinación del precio de venta

El precio se establecerá tomando en cuenta el costo unitario más el margen de utilidad que se obtendrá sobre el costo de cada producto.

Fórmula

$$PV = C.U. + M.U = C.U. + (C.U. \times \% M.U)$$

Donde PV = Precio de venta

C.U. = Costo Unitario

M.U.= Margen de Utilidad

Procedimiento para la distribución de los gastos

En la presente tabla se detalla el procedimiento para distribuir el costo de forma equitativa, en cada uno de los productos. Para sacar el valor porcentual de cada producto dividimos el costo unitario entre el total general de los costos unitario de los productos, multiplicamos el valor porcentual por el total de gastos en que incurre la empresa.

Tabla No 16: cuadro de prorrateo

Producto	Cantidad de productos adquiridos	Costo unitario de adquisición	Costo total de adquisición	Porcentaje de distribución de gastos de adquisición	Gastos de adquisición prorrateados	Costo total de adquisición más gastos de adquisición
motosierra/ 250 Rev.	24	\$250.00	\$6,000.00	38.38	\$76.77	\$6,076.77
cortadora de césped	12	\$120.00	\$1,440.00	9.21	\$18.42	\$1,458.42
taladro /Dewalt	24	\$40.00	\$960.00	6.14	\$12.28	\$972.28
pulidora 9"	24	\$90.00	\$2,160.00	13.82	\$27.64	\$2,187.64
martillos	24	\$7.00	\$168.00	1.07	\$2.15	\$170.15
moto fumigadora	6	\$316.33	\$1,898.00	12.14	\$24.28	\$1,922.28
martillos	192	\$4.50	\$864.00	5.53	\$11.05	\$875.05
serruchos	96	\$7.00	\$672.00	4.30	\$8.60	\$680.60
tenazas	168	\$6.00	\$1,008.00	6.45	\$12.90	\$1,020.90
desarmador/ con puntas	72	\$2.25	\$162.00	1.04	\$2.07	\$164.07
almahanas 8 libras	48	\$4.50	\$216.00	1.38	\$2.76	\$218.76
Cinceles	24	\$3.50	\$84.00	0.54	\$1.07	\$85.07
TOTAL GENERAL			\$15,632.00	100.00	\$200.00	\$15,832.00

Fijación de precios de venta para los productos nuevos.

En la presente tabla se muestra el detalle de la fijación de precios, costo unitario, costo unitario de productos más el valor del cuadro de prorrateos la cual se muestra la distribución de los gastos, el margen porcentual con el cual se trabajará en fijación de precios y el valor de la venta final, con el fin de incrementar las ventas y lograr los objetivos propuesto en Ferretería La Exitosa con la implementación de nuevas máquinas industriales y herramientas para los clientes constructores.

Tabla No 17: Productos nuevos y sus precios de venta

Productos nuevos y sus precios de venta									
Producto	Cantidad	Costo unitario de adquisición	Costo total de adquisición	Gastos de adquisición prorrateados	Costo total de adquisición más gastos de adquisición prorrateados	Margen de utilidad por unidad 70%	Monto total de venta sin IVA	Monto total de venta con IVA (13%)	Precio unitario de venta con IVA (13%)
motosierra/ 250 Rev. 18"	24	\$250.00	\$6,000.00	\$76.77	\$6,076.77	\$4,253.74	\$10,330.50	\$11,673.47	\$486.39
cortadora de césped	12	\$120.00	\$1,440.00	\$18.42	\$1,458.42	\$1,020.90	\$2,479.32	\$2,801.63	\$233.47
taladro /Dewalt	24	\$40.00	\$960.00	\$12.28	\$972.28	\$680.60	\$1,652.88	\$1,867.75	\$77.82
pulidora 9"/stanley	24	\$90.00	\$2,160.00	\$27.64	\$2,187.64	\$1,531.34	\$3,718.98	\$4,202.45	\$175.10
martillos/stanley	24	\$7.00	\$168.00	\$2.15	\$170.15	\$119.10	\$289.25	\$326.86	\$13.62
moto fumigadora	6	\$316.33	\$1,898.00	\$24.28	\$1,922.28	\$1,345.60	\$3,267.88	\$3,692.70	\$615.45
martillos	192	\$4.50	\$864.00	\$11.05	\$875.05	\$612.54	\$1,487.59	\$1,680.98	\$8.76
serruchos	96	\$7.00	\$672.00	\$8.60	\$680.60	\$476.42	\$1,157.02	\$1,307.43	\$13.62
tenazas	168	\$6.00	\$1,008.00	\$12.90	\$1,020.90	\$714.63	\$1,735.52	\$1,961.14	\$11.67
desarmador/ con puntas	72	\$2.25	\$162.00	\$2.07	\$164.07	\$114.85	\$278.92	\$315.18	\$4.38
almahanas 8 libras	48	\$4.50	\$216.00	\$2.76	\$218.76	\$153.13	\$371.90	\$420.24	\$8.76
Cinceles	24	\$3.50	\$84.00	\$1.07	\$85.07	\$59.55	\$144.63	\$163.43	\$6.81
TOTAL GENERAL			\$15,632.00	\$200.00	\$15,832.00	\$11,082.40	\$26,914.40	\$30,413.27	

- Flujo neto de caja, (FNC) es un indicador financiero que mide el dinero en efectivo que entra y sale del negocio, es una herramienta clave para determinar la liquidez, viabilidad y rentabilidad de una inversión.

Su fórmula general es:

FNC= Inversión Inicial (Ingresos-Costos de operación-Gastos de adquisición=Flujo neto de caja, Flujo Neto de Caja Acumulado.

Los principales componentes de este proyecto de inversión para Ferretería La Exitosa son:

- Inversión inicial, financiamiento.
- Ingresos, ventas.
- Costos de activos
- Gastos de adquisición
- Flujo neto de caja
- Flujo neto acumulado
- Desarrollo y procedimiento del flujo neto

El Flujo neto de caja, se calcula restando directamente los egresos operativos o también llamados costos de activos, costos de adquisición para este caso tenemos \$ 15,632.00, de igual manera se restan los gastos de adquisición o fletes que son por \$ 200.00 estos montos se le restan al del total de los ingresos sin Iva en este caso los \$ 26,914.40

Detallando un flujo neto de caja de \$ 11,082.40 para ambos años y un flujo neto acumulado para el año 2, es de \$ 22,164.80 estos flujos se usarán para evaluar la rentabilidad de la VAN y TIR y con estos indicadores comprobaremos si el proyecto es viable.

FLUJO NETO DE CAJA			
FERRETERIA LA EXITOSA			
Años	0	1	2
Finaciamiento	\$17,000.00		
Ingresos	\$ 26,914.40	\$ 26,914.40	
(-)costos de Activos	\$ 15,632.00	\$ 15,632.00	
(-) Gastos de adquisición(fletes)	\$ 200.00	\$ 200.00	
FLUJO NETO DE CAJA	\$ 11,082.40	\$ 11,082.40	
FLUJO NETO DE CAJA ACUMULADO	\$17,000.00	\$ 11,082.40	\$ 22,164.80

- Análisis de flujo de efectivo

Al final del año 1, podemos identificar que el proyecto ha generado \$ 11, 082.40, pero aun le falta por recuperar \$ 5,917.60 (\$ 17,000- \$ 11, 082.40).

Dado que el flujo anual es constante la inversión inicial se recupera en el año 2, para identifica el mes en que recuperaremos nuestra inversión inicial total, realizamos la siguiente ecuación, dividimos (\$ 5,917.60/ \$ 11,082.40 X12 meses = 6.40 meses aproximadamente recuperamos nuestra inversión total en los primeros 7 meses del año 2

- El proyecto es altamente generador de efectivo, porque muestra un flujo neto positivo, \$ 11,082.40 en cada periodo de operaciones
- La rentabilidad y la liquidez, de la inversión inicial de \$ 17,000 es significativamente menor que el flujo generado por el proyecto \$ 22,164.80 en 2 años, lo que indica una alta rentabilidad haciendo un proyecto sólido esta inversión o proyecto es viable desde el punto de vista del flujo de caja, ya que la inversión se recupera rápidamente a mediados del segundo año de las operaciones.
- Comprobación del proyecto de inversión por medio de los indicadores financieros VAN y TIR.

Valor actual neto (VAN)

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{FNC_t}{(1+i)^t} - I$$

En esta tabla se presenta la medida de la rentabilidad del valor actual neto en dinero que se espera un monto de \$ 11,574.74 Por lo tanto, es un van positivo y aceptable porque garantiza una utilidad considerable, que nos permite tener una aceptación positiva del proyecto.

Elementos que conforman la VAN

- I_0 =Inversión inicial
- F_1 = año 1
- F_2 = año 2
- r = tasa de descuento
- Desarrollo del ejercicio de la VAN

Desarrollo de la VAN $I_0 = \$ 17,000$ $F_1 = \$ 11,082.40$ $F_2 = \$ 22,164.80$ $R = 10\%$
$VAN = \$ 11,082.40 / 1.10 = \$ 10,074.90$ $VAN = \$ 22,164.80 / 1.10^2 = \$ 18,318.01$ $VAN = \$ 28,392.91 - I_0 \$ 17,000$ $VAN = \$ 11,392.93$

Tabla No 18: medida de la rentabilidad del valor actual neto

AÑOS	COSTO CAPITAL	10%
0	DESEMBOLSO=	-\$17,000.00
1	Flujo de caja de cada año	\$11,082.40
2	Flujo de caja de cada año	\$22,164.80
VAN		\$ 11,574.74

La tasa interna de retorno (TIR)

$$0 = \sum_{t=1}^n \frac{FNC_t}{(1+TIR)^t} -$$

Se presenta la tasa interna de retorno como factor invaluable para el éxito de la empresa Ferretería La Exitosa, se dice que la tasa interna de retorno es del 51% lo cual indica que es aceptada satisfactoriamente en dicho proyecto de inversión.

Elementos de la TIR

- I_0 = Inversión inicial
- F_1 = año 1
- F_2 = año 2
- I = tasa de rendimiento

Desarrollo del ejercicio TIR

Desarrollo de la TIR $I_0 = \$ 17,000$ $F_1 = \$ 11,082.40$ $F_2 = \$ 22,164.80$ $i = 51\%$
$PV_1 = \$ 11,082.40 / 1 + 46 = \$ 7,590.68$ $PV_2 = \$ 22,164.80 / 1 + 46^2 = \$ 10,398.20$ $\Sigma = \$ 7,590.68 + 10,398.20 = \$ 17,988.00$ $TIR = 51\%$

Tabla No 19: tasa interna de retorno

PERIODO	FLUJO DE CAJA	TIR
0	DESEMBOLSO=	\$ - 17,000.00
1	Flujo de caja de cada año	\$11,082.40
2	Flujo de caja de cada año	\$22,164.80
TIR		51%

Este proyecto indica que es rentable y financieramente viable ya que demuestra las estructuras de costos eficientes que garantiza un retorno efectivo y superior al desembolso o inversión inicial, dicha información es confiable ya que esta totalmente respaldada por los datos presentados lo que significa que el proyecto no solo recupera la inversión inicial, sino además genera una utilidad considerable en un corto plazo, logrando aumentar las ventas en Ferretería La Exitosa y así lograr una mayor sostenibilidad en el mercado utilizando las fortalezas financieras actuales, FNC, VAN, TIR. Para invertir inteligentemente en crecimiento eficiencia y valor al cliente, asegurando que los flujos de efectivo positivos continúen en el futuro.

Capítulo 5 Conclusiones Y Recomendaciones

Conclusiones

1. El análisis de mercado realizado nos permitió identificar las necesidades y preferencias de los clientes actuales y potenciales de Ferretería La Exitosa. Los resultados obtenidos nos permitieron conocer los gustos y preferencias de los clientes, lo que nos permitirá desarrollar estrategias efectivas para aumentar la participación en el mercado. Con esta información, la empresa podrá tomar decisiones informadas para mejorar su oferta de productos y servicios, y así satisfacer las necesidades de sus clientes.
2. Después de analizar los resultados del análisis de mercado, identificamos que los productos y servicios con mayor potencial para Ferretería La Exitosa son veinte los más representativos. Estos productos y servicios tienen una alta demanda en el mercado y pueden generar una mayor rentabilidad para la empresa. Por lo tanto, la empresa deberá enfocarse en promocionar y mejorar la oferta de estos productos y servicios para aumentar su participación en el mercado.
3. La evaluación de la gestión actual de la dirección y administración de Ferretería La Exitosa nos permitió identificar áreas de mejora en la toma de decisiones, la planificación y la ejecución de estrategias. Los resultados obtenidos nos permitieron proponer medidas para mejorar la gestión y apoyar el crecimiento de las ventas en la ferretería.
4. La creación de políticas de ventas efectivas permitirá a Ferretería La Exitosa mejorar la atención al cliente y optimizar los procesos comerciales. Las políticas propuestas se enfocan en brindar un servicio al cliente eficaz y eficiente, lo que permitirá aumentar la satisfacción del cliente y fomentar la lealtad.

5. La estrategia de marketing y ventas propuesta para Ferretería La Exitosa se enfoca en aprovechar las oportunidades del mercado y mejorar la posición de la empresa en el mismo. La estrategia propuesta combina acciones de marketing y ventas efectivas que permitirán a la empresa aumentar su visibilidad.
6. La incorporación de nuevos productos que respondan a las necesidades del mercado permitirá a Ferretería La Exitosa aumentar las ventas y mejorar su posición en el mercado. La gestión financiera efectiva permitirá a la empresa asegurar la rentabilidad de los nuevos productos y servicios ofrecidos. La implementación de esta estrategia permitirá a la empresa diversificar su oferta de productos y servicios, lo que reducirá su dependencia de los productos actuales y aumentará su competitividad en el mercado.

Recomendación

Se recomienda dar seguimiento a la implementación de este plan de negocios para continuar con un equilibrio en el incremento de ventas en Ferretería La Exitosa, evaluando el comportamiento en el mercado de otros productos de mayor demanda en la construcción y adaptándolos en las necesidades y gustos de los consumidores, implementar nuevas líneas de productos que respondan a la situación actual del mercado.

Bibliografía

- (s.f.).
- Bangs, D. (1989).
- Chiavenato. (2017).
- CHIAVENATO. (2017).
- Codigodecomercio. (s.f.). Decreto no 271 ley de registro de comercio capitulo III materias de registro.
- Códigodetrabajo. (s.f.). Código de trabajo título preliminar disposiciones generales capitulo único.
- comercio, C. d. (s.f.).
- CULTURAAZUL. (s.f.). <https://culturaazul.com/el-salvador/la-libertad/puerto-de-la-libertad/>.
- Decretono.868. (s.f.). Decreto no. 868.- título II marcas capitulo i marcas en general signos que pueden constituir marca.
- Drucker, P. (1950). *Planeacion estrategica fundamentos y aplicciones*.
- ELABORACIONPROPIA. (s.f.). ELABORACION PROPIA.
- ELSALVADOR.COM. (s.f.). <https://www.elsalvador.com/noticias/negocios/proyectos-inmobiliarios-turisticos/945948/2022/>.
- Exitosa, F. L. (s.f.).
- Finch, B. (2001).
- kiddle. (Julio de 2025). *kiddle*. Obtenido de kiddle:
[https://ninos.kiddle.co/La_Libertad_\(El_Salvador\)](https://ninos.kiddle.co/La_Libertad_(El_Salvador))
- leydeIVA. (s.f.). Decreto no 296 ley de impuesto a la transferencia de bienes muebles y a la prestación de servicios título preliminar.
- Leygeneradeprevenciónderiesgosenloslugaresdetrabajo. (s.f.). Decreto no 254 ley general de prevención de riesgos en los lugares de trabajo título i disposiciones preliminares capitulo i.
- Longenecker. (2001).
- Moreno. (2022).
- Municipale, D. G. (s.f.). <https://www.laprensagrafica.com/elsalvador/DOM-tendra-600-empleados-mas-en-2023-20230206-0093.html>. Obtenido de
<https://www.laprensagrafica.com/elsalvador/DOM-tendra-600-empleados-mas-en-2023-20230206-0093.html>.
- Opass. (s.f.). Obtenido de https://opamss.org.sv/ova_opinion/el-sector-salvadoren-de-la-construccion/
- propia, E. (s.f.). Elaboracion propia.
- republica, P. d. (s.f.). <https://www.presidencia.gob.sv/tres-proyectos-anclas-del-gobierno-en-el-departamento-de-la-libertad-para-aumentar-el-desarrollo-economico/>.
- salvador.com, E. (s.f.). <https://www.elsalvador.com/noticias/negocios/proyectos-inmobiliarios-turisticos/945948/2022/>.
- Stutely. (2000).

Anexos

Anexo 1

Listado de materiales de construcción

LISTA DE MATERIALES PARA LA CONSTRUCCION NOMBRE DE LA EMPRESA: FERRETERIA LA EXITOSA									
No	CODIGO	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	UNIDADES VENDIDAS	ENTAS/ANUALES 2021	UNIDADES VENDIDAS	VENTAS/ANUALES 2022	UNIDADES VENDIDAS	VENTAS/ANUALES 2023
1	1001	CEMENTO CESSA HOLCIM 42.5kg bolsa	BOLSA	\$ 45,818.00	\$ 435,271.02	40900.00	\$ 388,550.02	37464.00	\$ 355,908.01
2	1002	BLOQUE ENTERO 10x20x40cm SALTEX	UNIDAD	\$ 60,447.00	\$ 30,827.94	58827.00	\$ 30,001.74	53830.00	\$ 27,453.27
3	1003	BLOQUE MITAD (DADO) 10x20x20cm SALTEX	UNIDAD	\$ 10,600.00	\$ 3,710.01	9760.00	\$ 3,416.01	7736.00	\$ 2,707.60
4	1004	BLOQUE SOLERA 10x20x40cm SALTEX	UNIDAD	\$ 6,405.00	\$ 3,843.00	6482.00	\$ 3,889.20	5587.00	\$ 3,352.20
5	1005	BLOQUE ENTERO 15x20x40cm SALTEX	UNIDAD	\$ 14,990.00	\$ 10,343.09	12840.00	\$ 8,859.59	12020.00	\$ 8,293.79
6	1006	BLOQUE MITAD (DADO) 15x20x20cm SALTEX	UNIDAD	\$ 20,190.00	\$ 9,287.41	19861.00	\$ 9,136.07	20420.00	\$ 9,393.21
7	1007	BLOQUE SOLERA 15x20x40cm SALTEX	UNIDAD	\$ 19,000.00	\$ 15,390.00	17200.00	\$ 13,932.00	18200.00	\$ 14,742.00
8	1008	BLOQUE ENTERO 20x20x40cm SALTEX	UNIDAD	\$ 22,583.00	\$ 21,228.01	29985.00	\$ 28,185.89	20234.00	\$ 19,019.95
9	1009	BLOQUE MITAD (DADO) 20x20x20cm SALTEX	UNIDAD	\$ 3,982.00	\$ 2,429.02	4215.00	\$ 2,571.15	3771.00	\$ 2,300.31
10	1010	LADRILLO CALAVERA - ROJO TRADICIONAL OFERTA SIN FLETE	UNIDAD	\$ 40,396.00	\$ 14,138.62	30940.00	\$ 10,829.02	20728.00	\$ 7,254.81
11	1011	CEMENTO FORTALEZA bolsa 42.5kg	BOLSA	\$ -	\$ -	0.00	\$ -	8742.00	\$ 75,181.20
12	1012	HIERRO CORRUGADO 1/2" CORINCA G.40 varilla 6mt (8var=1qq)	UNIDAD	\$ 7,060.00	\$ 49,420.00	6199.00	\$ 43,393.00	6400.00	\$ 44,800.00
13	1013	HIERRO CORRUGADO 3/4" CORINCA G.40 varilla (3var=1qq)	UNIDAD	\$ 1.00	\$ 18.85	2.00	\$ 37.70	240.00	\$ 4,524.00
14	1014	HIERRO LISO 1/4" varilla (30var=1qq)	UNIDAD	\$ 18,190.00	\$ 26,739.30	14812.00	\$ 21,773.64	14050.00	\$ 20,653.50
15	1015	HIERRO CORRUGADO 3/8" CORINCA G.40 varilla 6mt (14var=1qq)	UNIDAD	\$ 28,200.00	\$ 108,570.01	23408.00	\$ 90,120.81	22015.00	\$ 84,757.76
16	1016	TUBO CUADRADO GALVANIZADO 4" (1.5mm) ESTRUCTURAL	UNIDAD	\$ 46.00	\$ 2,300.00	58.00	\$ 2,900.00	43.00	\$ 2,150.00
17	1017	POLIN C 4" GALVANIZADO (1.50mm) 31.5lb	UNIDAD	\$ 376.00	\$ 8,648.00	150.00	\$ 3,450.00	240.00	\$ 5,520.00
18	1018	TUBO RECTANGULAR GALVANIZADO 4"x2" (1.5mm) ESTRUCTURAL	UNIDAD	\$ 64.00	\$ 2,502.40	40.00	\$ 1,564.00	17.00	\$ 664.70
19	1019	TUBO RECTANGULAR GALVANIZADO 2"x1" (1.2mm)	UNIDAD	\$ 80.00	\$ 1,040.00	131.00	\$ 1,703.00	70.00	\$ 910.00
20	1020	TUBO CUADRADO GALVANIZADO 1" (1.5mm) ESTRUCTURAL	UNIDAD	\$ 598.00	\$ 6,428.50	470.00	\$ 5,052.50	200.00	\$ 2,150.00
21	1021	TUBO CUADRADO GALVANIZADO 1.1/2" (1.5mm) ESTRUCTURAL	UNIDAD	\$ 67.00	\$ 1,594.60	80.00	\$ 1,904.00	15.00	\$ 357.00
22	1022	CAÑO GALVANIZADO 4"x6mt LISO (1.5mm) CH16 CERCA	UNIDAD	\$ 115.00	\$ 4,784.00	110.00	\$ 4,576.00	80.00	\$ 3,328.00
23	1023	POLIN C 3" GALVANIZADO (1.50mm)	UNIDAD	\$ 97.00	\$ 1,746.00	125.00	\$ 2,250.00	79.00	\$ 1,422.00
24	1024	LAMINA GALVANIZADA CANAL PANTERA 26 3x1 UNIDAD	UNIDAD	\$ 1,400.00	\$ 11,620.00	1100.00	\$ 9,130.00	998.00	\$ 8,283.40
25	1025	LAMINA GALVANIZADA CANAL PANTERA 28 3x1 UNIDAD	UNIDAD	\$ 1,120.00	\$ 6,440.00	1090.00	\$ 6,267.50	900.00	\$ 5,175.00
26	1026	LAMINA GALVANIZADA CANAL PANTERA 32 3x1 UNIDAD	UNIDAD	\$ 321.00	\$ 1,637.10	319.00	\$ 1,626.90	310.00	\$ 1,581.00
27	1027	LAMINA ZINTROALUM C26 (S) 4.00mt	UNIDAD	\$ 158.00	\$ 3,855.20	75.00	\$ 1,830.00	138.00	\$ 3,367.20
28	1028	LAMINA ZINTROALUM C26 (S) 3.50mt	UNIDAD	\$ 137.00	\$ 2,924.95	120.00	\$ 2,562.00	69.00	\$ 1,473.15
29	1029	LAMINA ZINTROALUM C26 (S) 6.00mt	UNIDAD	\$ 88.00	\$ 3,220.80	35.00	\$ 1,281.00	61.00	\$ 2,232.60
30	1030	DURALITA STD GRIS cal 60 12pie	UNIDAD	\$ 55.00	\$ 2,241.25	125.00	\$ 5,093.75	100.00	\$ 4,075.00
31	1031	DURALITA STD GRIS cal 60 8pie	UNIDAD	\$ 16.00	\$ 434.40	110.00	\$ 2,986.50	97.00	\$ 2,633.55
32	1032	DURALITA STD GRIS cal 60 9pie	UNIDAD	\$ 89.00	\$ 2,714.50	225.00	\$ 6,862.50	120.00	\$ 3,660.00
33	1033	TUBO CUADRADO GALVANIZADO 2" (1.5mm) ESTRUCTURAL	UNIDAD	\$ 117.00	\$ 2,925.00	80.00	\$ 2,000.00	160.00	\$ 4,000.00
34	1034	ANGULO 1/8"x1.1/4" LEGITIMO	UNIDAD	\$ 133.00	\$ 1,742.30	92.00	\$ 1,205.20	46.00	\$ 602.60
35	1035	HIERRO LISO 5/8" varilla (5var=1qq)	UNIDAD	\$ 17.00	\$ 308.55	20.00	\$ 363.00	5.00	\$ 90.75
36	1036	LAMINA HIERRO 1/16" COMERCIAL	UNIDAD	\$ -	\$ -	1.00	\$ 34.60	13.00	\$ 449.80
37	1037	TABLA PINO 4varas 1"X10"(11pies ó 3.35m aprox)	UNIDAD	\$ 627.00	\$ 9,342.30	822.00	\$ 12,247.80	730.00	\$ 10,877.00
38	1038	TABLA PINO 6varas 1"X10"(16pies ó 4.87m aprox)	UNIDAD	\$ 699.00	\$ 15,587.70	1002.00	\$ 22,344.60	560.00	\$ 12,488.00
39	1039	CUARTON PINO 4varas (11pies ó 3.35m aprox)	UNIDAD	\$ 1,500.00	\$ 17,325.00	640.00	\$ 7,392.00	520.00	\$ 6,006.00
40	1040	COSTANERA PINO 6varas (16pies ó 4.87m aprox)	UNIDAD	\$ 760.00	\$ 6,612.00	1200.00	\$ 10,440.00	530.00	\$ 4,611.00
41	1041	CUARTON PINO 6varas (16pies ó 4.87m aprox)	UNIDAD	\$ 1,168.00	\$ 19,972.80	795.00	\$ 13,594.50	440.00	\$ 7,524.00
42	1042	RIOSTRA PINO 6varas	UNIDAD	\$ 1,052.00	\$ 6,049.00	620.00	\$ 3,565.00	40.00	\$ 230.00
43	1043	REGLA PINO 6varas (16pies ó 4.87m aprox)	UNIDAD	\$ 516.00	\$ 3,354.00	81.00	\$ 526.50	420.00	\$ 2,730.00
44	1044	ALAMBRE ESPIGADO PANTERA rollo 400 varas	UNIDAD	\$ 14.00	\$ 385.00	285.00	\$ 7,837.50	186.00	\$ 5,115.00
45	1045	GRAPA CERCO 1.1/4" lb	LIBRA	\$ 1,502.00	\$ 2,102.80	196.00	\$ 274.40	1100.00	\$ 1,540.00
46	1046	ALAMBRE DE AMARRE lb	LIBRA	\$ 1,207.00	\$ 1,207.00	1130.50	\$ 1,130.50	7790.00	\$ 7,790.00
47	1047	CLAVO 2" C/C lb	LIBRA	\$ 1,060.00	\$ 1,060.00	8100.00	\$ 8,100.00	620.00	\$ 620.00
48	1048	CLAVO 3" C/C lb	LIBRA	\$ 1,600.00	\$ 1,600.00	690.00	\$ 690.00	1103.00	\$ 1,103.00
49	1049	CLAVO 4" C/C lb	LIBRA	\$ 1,839.00	\$ 1,839.00	973.00	\$ 973.00	1099.50	\$ 1,099.50
	TOTALES			316500	888781.4216	296521.50	\$ 810,476.07	270336.50	\$ 798,223.87

Anexo 2

Estudio de mercado precios de la competencia.

COMPETENCIAS	
No	FERRETERIAS
1	SAN RAFAEL
2	LOS TORITOS
3	JOEL

No	CODIGO	DESCRIPCION	PRECIOS DE LA	
			COMPETENCIA	
1	1001	CEMENTO CESSA HOLCIM 42.5kg bolsa	\$	9.30
2	1002	BLOQUE ENTERO 10x20x40cm SALTEX	\$	0.48
3	1003	BLOQUE MITAD (DADO) 10x20x20cm SALTEX	\$	0.32
4	1004	BLOQUE SOLERA 10x20x40cm SALTEX	\$	0.55
5	1005	BLOQUE ENTERO 15x20x40cm SALTEX	\$	0.60
6	1006	BLOQUE MITAD (DADO) 15x20x20cm SALTEX	\$	0.42
7	1007	BLOQUE SOLERA 15x20x40cm SALTEX	\$	0.79
8	1008	BLOQUE ENTERO 20x20x40cm SALTEX	\$	0.89
9	1009	BLOQUE MITAD (DADO) 20x20x20cm SALTEX	\$	0.58
10	1010	LADRILLO CALAVERA - ROJO TRADICIONAL OFERTA SIN FLETE	\$	0.32
11	1011	CEMENTO FORTALEZA bolsa 42.5kg	\$	8.30
12	1012	HIERRO CORRUGADO 1/2" CORINCA G.40 varilla 6mt (8var=1qq)	\$	7.00
13	1013	HIERRO CORRUGADO 3/4" CORINCA G.40 varilla (3var=1qq)	\$	18.85
14	1014	HIERRO LISO 1/4" varilla (30var=1qq)	\$	1.47
15	1015	HIERRO CORRUGADO 3/8" CORINCA G.40 varilla 6mt (14var=1qq)	\$	3.85
16	1016	TUBO CUADRADO GALVANIZADO 4" (1.5mm) ESTRUCTURAL	\$	48.00
17	1017	POLIN C 4" GALVANIZADO (1.50mm) 31.5lb	\$	22.00
18	1018	TUBO RECTANGULAR GALVANIZADO 4"x2" (1.5mm) ESTRUCTURAL	\$	38.00
19	1019	TUBO RECTANGULAR GALVANIZADO 2"x1" (1.2mm)	\$	13.00
20	1020	TUBO CUADRADO GALVANIZADO 1" (1.5mm) ESTRUCTURAL	\$	10.00
21	1021	TUBO CUADRADO GALVANIZADO 1.1/2" (1.5mm) ESTRUCTURAL	\$	23.00
22	1022	CAÑO GALVANIZADO 4"x6mt LISO (1.5mm) CH16 CERCA	\$	40.00
23	1023	POLIN C 3" GALVANIZADO (1.50mm)	\$	18.00
24	1024	LAMINA GALVANIZADA CANAL PANTERA 26 3x1 UNIDAD	\$	7.90
25	1025	LAMINA GALVANIZADA CANAL PANTERA 28 3x1 UNIDAD	\$	5.90
26	1026	LAMINA GALVANIZADA CANAL PANTERA 32 3x1 UNIDAD	\$	5.50
27	1027	LAMINA ZINTROALUM C26 (S) 4.00mt	\$	24.40

28	1028	LAMINA ZINTROALUM C26 (S) 3.50mt	\$ 21.35
29	1029	LAMINA ZINTROALUM C26 (S) 6.00mt	\$ 36.00
30	1030	DURALITA STD GRIS cal 60 12pie	\$ 40.00
31	1031	DURALITA STD GRIS cal 60 8pie	\$ 30.00
32	1032	DURALITA STD GRIS cal 60 9pie	\$ 24.00
33	1033	TUBO CUADRADO GALVANIZADO 2" (1.5mm) ESTRUCTURAL	\$ 14.00
34	1034	ANGULO 1/8"x1.1/4" LEGITIMO	\$ 13.00
35	1035	HIERRO LISO 5/8" varilla (5var=1qq)	\$ 18.00
36	1036	LAMINA HIERRO 1/16" COMERCIAL	\$ 35.00
37	1037	TABLA PINO 4varas 1"X10"(11pies ó 3.35m aprox)	\$ 17.00
38	1038	TABLA PINO 6varas 1"X10" (16pies ó 4.87m aprox)	\$ 25.00
39	1039	CUARTON PINO 4varas (11pies ó 3.35m aprox)	\$ 18.00
40	1040	COSTANERA PINO 6varas (16pies ó 4.87m aprox)	\$ 13.50
41	1041	CUARTON PINO 6varas (16pies ó 4.87m aprox)	\$ 18.00
42	1042	RIOSTRA PINO 6varas	\$ 5.90
43	1043	REGLA PINO 6varas (16pies ó 4.87m aprox)	\$ 6.50
44	1044	ALAMBRE ESPIGADO PANTERA rollo 400 varas	\$ 26.00
45	1045	GRAPA CERCO 1.1/4" lb	\$ 1.25
46	1046	ALAMBRE DE AMARRE lb	\$ 1.25
47	1047	CLAVO 2" C/C lb	\$ 1.00
48	1048	CLAVO 3" C/C lb	\$ 1.00
49	1049	CLAVO 4" C/C lb	\$ 1.00
	TOTALES		

Anexo 3 Ubicación de las construcciones en La Libertad



Anexo 4

Descripciones productos

No	CODIGO	DESCRIPCION	PRECIOS DE LA COMPETENCIA
1	1001	CEMENTO CESSA HOLCIM 42.5kg bolsa	\$ 9.30
2	1002	BLOQUE ENTERO 10x20x40cm SALTEX	\$ 0.48
3	1003	BLOQUE MITAD (DADO) 10x20x20cm SALTEX	\$ 0.32
4	1004	BLOQUE SOLERA 10x20x40cm SALTEX	\$ 0.55
5	1005	BLOQUE ENTERO 15x20x40cm SALTEX	\$ 0.60
6	1006	BLOQUE MITAD (DADO) 15x20x20cm SALTEX	\$ 0.42
7	1007	BLOQUE SOLERA 15x20x40cm SALTEX	\$ 0.79
8	1008	BLOQUE ENTERO 20x20x40cm SALTEX	\$ 0.89
9	1009	BLOQUE MITAD (DADO) 20x20x20cm SALTEX	\$ 0.58
10	1010	LADRILLO CALAVERA - ROJO TRADICIONAL OFERTA SIN FLETE	\$ 0.32
11	1011	CEMENTO FORTALEZA bolsa 42.5kg	\$ 8.30
12	1012	HIERRO CORRUGADO 1/2" CORINCA G.40 varilla 6mt (8var=1qq)	\$ 7.00
13	1013	HIERRO CORRUGADO 3/4" CORINCA G.40 varilla (3var=1qq)	\$ 18.85
14	1014	HIERRO LISO 1/4" varilla (30var=1qq)	\$ 1.47
15	1015	HIERRO CORRUGADO 3/8" CORINCA G.40 varilla 6mt (14var=1qq)	\$ 3.85
16	1016	TUBO CUADRADO GALVANIZADO 4" (1.5mm) ESTRUCTURAL	\$ 48.00
17	1017	POLIN C 4" GALVANIZADO (1.50mm) 31.5lb	\$ 22.00
18	1018	TUBO RECTANGULAR GALVANIZADO 4"x2" (1.5mm) ESTRUCTURAL	\$ 38.00
19	1019	TUBO RECTANGULAR GALVANIZADO 2"x1" (1.2mm)	\$ 13.00
20	1020	TUBO CUADRADO GALVANIZADO 1" (1.5mm) ESTRUCTURAL	\$ 10.00
21	1021	TUBO CUADRADO GALVANIZADO 1.1/2" (1.5mm) ESTRUCTURAL	\$ 23.00
22	1022	CAÑO GALVANIZADO 4"x6mt LISO (1.5mm) CH16 CERCA	\$ 40.00
23	1023	POLIN C 3" GALVANIZADO (1.50mm)	\$ 18.00
24	1024	LAMINA GALVANIZADA CANAL PANTERA 26 3x1 UNIDAD	\$ 7.90
25	1025	LAMINA GALVANIZADA CANAL PANTERA 28 3x1 UNIDAD	\$ 5.90
26	1026	LAMINA GALVANIZADA CANAL PANTERA 32 3x1 UNIDAD	\$ 5.50
27	1027	LAMINA ZINTROALUM C26 (S) 4.00mt	\$ 24.40
28	1028	LAMINA ZINTROALUM C26 (S) 3.50mt	\$ 21.35
29	1029	LAMINA ZINTROALUM C26 (S) 6.00mt	\$ 36.00
30	1030	DURALITA STD GRIS cal 60 12pie	\$ 40.00
31	1031	DURALITA STD GRIS cal 60 8pie	\$ 30.00
32	1032	DURALITA STD GRIS cal 60 9pie	\$ 24.00
33	1033	TUBO CUADRADO GALVANIZADO 2" (1.5mm) ESTRUCTURAL	\$ 14.00
34	1034	ANGULO 1/8"x1.1/4" LEGITIMO	\$ 13.00
35	1035	HIERRO LISO 5/8" varilla (5var=1qq)	\$ 18.00
36	1036	LAMINA HIERRO 1/16" COMERCIAL	\$ 35.00
37	1037	TABLA PINO 4varas 1"X10"(11pies ó 3.35m aprox)	\$ 17.00
38	1038	TABLA PINO 6varas 1"X10" (16pies ó 4.87m aprox)	\$ 25.00
39	1039	CUARTON PINO 4varas (11pies ó 3.35m aprox)	\$ 18.00
40	1040	COSTANERA PINO 6varas (16pies ó 4.87m aprox)	\$ 13.50
41	1041	CUARTON PINO 6varas (16pies ó 4.87m aprox)	\$ 18.00
42	1042	RIOSTRA PINO 6varas	\$ 5.90
43	1043	REGLA PINO 6varas (16pies ó 4.87m aprox)	\$ 6.50
44	1044	ALAMBRE ESPIGADO PANTERA rollo 400 varas	\$ 26.00
45	1045	GRAPA CERCO 1.1/4" lb	\$ 1.25
46	1046	ALAMBRE DE AMARRE lb	\$ 1.25
47	1047	CLAVO 2" C/C lb	\$ 1.00
48	1048	CLAVO 3" C/C lb	\$ 1.00
49	1049	CLAVO 4" C/C lb	\$ 1.00
TOTALES			

Anexo 5

Precios de materiales de construcción actualizados

No	CODIGO	DESCRIPCION	PRECIOS DE LA COMPETENCIA
1	1001	CEMENTO CESSA HOLCIM 42.5kg bolsa	\$ 9.30
2	1002	BLOQUE ENTERO 10x20x40cm SALTEX	\$ 0.48
3	1003	BLOQUE MITAD (DADO) 10x20x20cm SALTEX	\$ 0.32
4	1004	BLOQUE SOLERA 10x20x40cm SALTEX	\$ 0.55
5	1005	BLOQUE ENTERO 15x20x40cm SALTEX	\$ 0.60
6	1006	BLOQUE MITAD (DADO) 15x20x20cm SALTEX	\$ 0.42
7	1007	BLOQUE SOLERA 15x20x40cm SALTEX	\$ 0.79
8	1008	BLOQUE ENTERO 20x20x40cm SALTEX	\$ 0.89
9	1009	BLOQUE MITAD (DADO) 20x20x20cm SALTEX	\$ 0.58
10	1010	LADRILLO CALAVERA - ROJO TRADICIONAL OFERTA SIN FLETE	\$ 0.32
11	1011	CEMENTO FORTALEZA bolsa 42.5kg	\$ 8.30
12	1012	HIERRO CORRUGADO 1/2" CORINCA G.40 varilla 6mt (8var=1qq)	\$ 7.00
13	1013	HIERRO CORRUGADO 3/4" CORINCA G.40 varilla (3var=1qq)	\$ 18.85
14	1014	HIERRO LISO 1/4" varilla (30var=1qq)	\$ 1.47
15	1015	HIERRO CORRUGADO 3/8" CORINCA G.40 varilla 6mt (14var=1qq)	\$ 3.85
16	1016	TUBO CUADRADO GALVANIZADO 4" (1.5mm) ESTRUCTURAL	\$ 48.00
17	1017	POLIN C 4" GALVANIZADO (1.50mm) 31.5lb	\$ 22.00
18	1018	TUBO RECTANGULAR GALVANIZADO 4"x2" (1.5mm) ESTRUCTURAL	\$ 38.00
19	1019	TUBO RECTANGULAR GALVANIZADO 2"x1" (1.2mm)	\$ 13.00
20	1020	TUBO CUADRADO GALVANIZADO 1" (1.5mm) ESTRUCTURAL	\$ 10.00
21	1021	TUBO CUADRADO GALVANIZADO 1.1/2" (1.5mm) ESTRUCTURAL	\$ 23.00
22	1022	CAÑO GALVANIZADO 4"x6mt LISO (1.5mm) CH16 CERCA	\$ 40.00
23	1023	POLIN C 3" GALVANIZADO (1.50mm)	\$ 18.00
24	1024	LAMINA GALVANIZADA CANAL PANTERA 26 3x1 UNIDAD	\$ 7.90
25	1025	LAMINA GALVANIZADA CANAL PANTERA 28 3x1 UNIDAD	\$ 5.90
26	1026	LAMINA GALVANIZADA CANAL PANTERA 32 3x1 UNIDAD	\$ 5.50
27	1027	LAMINA ZINTROALUM C26 (S) 4.00mt	\$ 24.40
28	1028	LAMINA ZINTROALUM C26 (S) 3.50mt	\$ 21.35
29	1029	LAMINA ZINTROALUM C26 (S) 6.00mt	\$ 36.00
30	1030	DURALITA STD GRIS cal 60 12pie	\$ 40.00
31	1031	DURALITA STD GRIS cal 60 8pie	\$ 30.00
32	1032	DURALITA STD GRIS cal 60 9pie	\$ 24.00
33	1033	TUBO CUADRADO GALVANIZADO 2" (1.5mm) ESTRUCTURAL	\$ 14.00
34	1034	ANGULO 1/8"x1.1/4" LEGITIMO	\$ 13.00
35	1035	HIERRO LISO 5/8" varilla (5var=1qq)	\$ 18.00
36	1036	LAMINA HIERRO 1/16" COMERCIAL	\$ 35.00
37	1037	TABLA PINO 4varas 1"X10"(11pies ó 3.35m aprox)	\$ 17.00
38	1038	TABLA PINO 6varas 1"X10" (16pies ó 4.87m aprox)	\$ 25.00
39	1039	CUARTON PINO 4varas (11pies ó 3.35m aprox)	\$ 18.00
40	1040	COSTANERA PINO 6varas (16pies ó 4.87m aprox)	\$ 13.50
41	1041	CUARTON PINO 6varas (16pies ó 4.87m aprox)	\$ 18.00
42	1042	RIOSTRA PINO 6varas	\$ 5.90
43	1043	REGLA PINO 6varas (16pies ó 4.87m aprox)	\$ 6.50
44	1044	ALAMBRE ESPIGADO PANTERA rollo 400 varas	\$ 26.00
45	1045	GRAPA CERCO 1.1/4" lb	\$ 1.25
46	1046	ALAMBRE DE AMARRE lb	\$ 1.25
47	1047	CLAVO 2" C/C lb	\$ 1.00
48	1048	CLAVO 3" C/C lb	\$ 1.00
49	1049	CLAVO 4" C/C lb	\$ 1.00
	TOTALES		

Anexo 6

Presupuesto General para Ferretería La Exitosa.

Actividad	Características	Costo unitario	Tiempo	responsable	Observación	Costo total
N#1 Estrategia F2, O1	- Alianzas estratégicas con proyectos de construcción - Zona La Libertad Costa	\$ 4262.50	6 meses	- Equipo de ventas - Marketing	Se realizaron investigaciones	
N#2 Estrategia F4, O4	Portafolio de marcas posicionadas	\$ 3,272.50	6 meses	Marketing	Se realizaron investigaciones	
N#3 Estrategia F4, A4	- Acceso a nuevas tecnologías - Portafolio de marcas posicionadas	\$ 2,233.00	6 meses	- Gerente de ventas - Marketing	Se realizaron investigaciones	
N#4 Estrategia D3, O4	Cambios en los gustos de los consumidores	\$ 2,469.50	6 meses	- Marketing - Ventas - Gerencia		
N#5 Estrategia D3, O4	- Ineficiencia en la publicidad - Acceso a nuevas tecnologías	\$ 2,800.00	6 meses	- Gerencia - Ventas - Logística	Se realizaron investigaciones	
N#6 Estrategia D1, A1	- desconocimiento de rutas de despacho - zonas de		6 meses	- Gerencia - Recursos humanos	Se realizaron investigaciones	

	construcción • poca capacitación a empleados • fidelización de los clientes a la competencia				Se realizaron investigaciones	\$ 17,347.50
--	--	--	--	--	-------------------------------	--------------

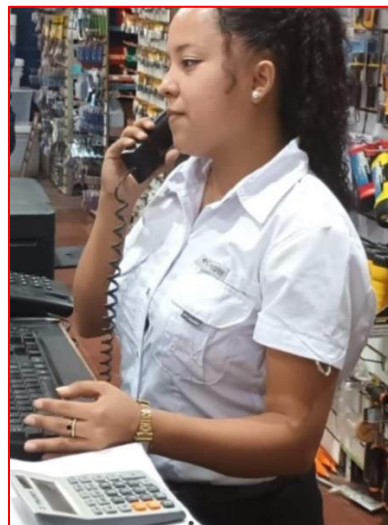
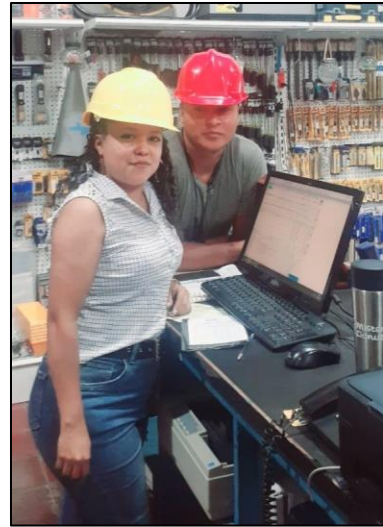
Anexo 7

Listado de constructoras y sus proyectos

No	CODIGO	NOMBRE	DIRECCION	PROFESION	NOMBRE DE PROYECTOS
1	0.2301	Alfredo Cruz	Chilitupan	Albañil	Construcciones 12 de casa habitacionales
2	0.2302	Carmen Urrutia	las flores la libertad	Arquitecto	Restaurante
3	0.2303	Cesar Guevara	las flores la libertad	Arquitecto	Hotel
4	0.2304	Constructora Terracería y diseño, s.a. de c.v.	Los pajales	Constructora	Paneles solares
5	0.2305	Granados de climaco, s. a de c.v	Taquillo Residencial la Garza	Constructora	Escuela de surf
6	0.2306	Hacienda Santa Maria	Tamanique	Albañil	Mantenimiento
7	0.2307	Harrel, s.a. de c.v.	El zonte	Constructora	Hoteles y restaurante (caniendes)
8	0.2308	Jose Antonio Flores Carrillo	Cantón San Rafael la libertad	Albañil	construcciones 4 de casa habitacionales
9	0.2309	Constructora lopez, s.a .de c.v.	Los pajales	Constructora	Paneles solares
10	0.231	Manuel Galvez	Chilitupan	Albañil	locales y restaurantes
11	0.2311	Cosntructora y molina, s.a. de c.v.	Libertad Centro	Ingeniero	ampliacion de calle al surf ciry
12	0.2312	Mirna Amaya	EL morral	Arquitecto	construcciones habitaciones
13	0.2313	Puerto Vikingo, s.a. de .c.v	El sunzal	constructora	Restaurante
14	0.2314	Ramces Ticas	Taquillo Residencial la Garza	Ingeniero	hoteles
15	0.2315	Ricardo Badio	Chilitupan	Albañil	construcción de casa habitacionales

Anexo 8

Fotos de la encuestas



Anexo 9

ENCUESTAS

ENCUESTA NUMERO 1

Encuesta dirigida al propietario de Ferretería Exitosa

Objetivo: recopilar información de la gestión actual de Ferretería La Exitosa para desarrollar un diagnóstico y un plan de negocio, que ayude a mejorar e incrementar las ventas en la empresa.

Cargo: Gerente

Nivel de escolaridad: Ing. Industrial

1. ¿La empresa cuenta con un plan de negocios que ayude a mejorar las ventas de los materiales de construcción?

SI	
NO	

PORQUE. _____

2. ¿Considera que un plan de negocios es importante para mejorar la gestión administrativa y aumentar sus ventas en la ferretería?

SI	
NO	

PORQUE. _____

3. ¿Se ha realizado un diagnóstico en la Ferretería que identifique las Fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades?

SI	
NO	

PORQUE. _____

4. ¿La ferretería cuenta con una misión y visión?

SI	
NO	

PORQUE. _____

5. ¿La empresa cuenta con un plan de capacitación para los empleados?

SI	
NO	

PORQUE. _____

6. ¿Dispone de una buena cartera de clientes en materiales de construcción?

SI	
NO	

PORQUE. _____

7. ¿La empresa cuenta con un inventario de proveedores?

SI	
NO	

PORQUE. _____

8. ¿cree que son importantes las opiniones de los empleados, respecto a los clientes actuales?

SI	
NO	

PORQUE. _____

9. ¿Cuándo piensa en los materiales de construcción que vende la ferretería, piensa en?

Calidad

Características de los productos

Precios

Durabilidad

Otros

Explique

10. ¿La empresa cuenta con inventario de clientes frecuentes?

SI	
NO	

PORQUE. _____

11. ¿cree que de los clientes potenciales se puede rescatar algunos?

SI	
NO	

PORQUE. _____

12. ¿tiene proyectos de inversión en materiales de construcción, dado el crecimiento de la zona en construcción?

SI	
NO	

¿De cuánto es el monto que piensa invertir?

13. ¿Dispone de publicidad para comercializar sus productos?

SI	
NO	

PORQUE. _____

14. ¿Tiene ejecutivos de ventas que visiten a los constructores para ofrecerles productos y facilidades de compra?

SI	
NO	

PORQUE. _____

15. ¿Cuáles considera que son los materiales de construcción que compran los clientes, marque los literales que crea convenientes?

Cementos	
Hierros	
Maderas	
Bloques	

Perfilería	
Galvanizados (clavos, alambres, tornillería)	
Herramientas	
Techos	
Otros	

16. ¿Conoce la zona de influencia de su negocio donde utilizan materiales para la construcción?

SI	
NO	

PORQUE. _____

17. ¿Puede ampliar su actual zona de influencia del negocio?

SI	
NO	

PORQUE. _____

18. ¿Cree que los clientes actuales son leales a la empresa?

SI	
NO	

PORQUE. _____

19. ¿Qué cree que se puede hacer para guardar la lealtad de los clientes?

Atención al cliente	
Asesoría técnica	

Precios	
Calidad de los productos	

20. ¿Cuál considera que es su ventaja con respecto a la competencia?

Precio	
Calidad de los productos	
Tiempo de entrega	
Servicio a domicilio	

21. ¿Ha considerado la posibilidad de incluir ingenieros en su cuerpo de ventas?

SI	
NO	

PORQUE:

22. ¿Cree que podrían realizarse promociones?

SI	
NO	

PORQUE. _____

23. ¿Cree que los catálogos de venta serian útiles?

SI	
NO	

PORQUE. _____

24. ¿Cree que sería importante capacitar a todo el personal para que atendiera de forma diferente a los clientes actuales?

SI	
NO	

PORQUE. _____

25. ¿Cuáles considera que son sus fortalezas como empresa?

R/ _____

26. ¿Cuáles considera que son sus debilidades como empresa?

R/ _____

27. ¿La ferretería posee una misión y una visión?

SI	
NO	

PORQUE. _____

ENCUESTA NUMERO 2

Encuesta dirigida a los empleados de la Ferretería La Exitosa.

Objetivo: identificar las variables que tienen mayor incidencia en la disminución de ventas de Ferretería La Exitosa

1. ¿Cree que recibe la formación necesaria para actualizar los conocimientos y desempeñar las funciones en su área de trabajo asignada?

SI	
NO	

PORQUE. _____

2. ¿Conoce si la empresa cuenta con un plan de negocios?

SI	
NO	

PORQUE. _____

3. ¿Qué es un plan de negocios marque el literal correspondiente?

SI	
NO	

4. ¿Conoce si la empresa cuenta con una misión y una visión?

SI	
NO	

5. ¿Qué es una misión marque el literal correspondiente?

Es una descripción de los que una compañía trata de hacer por sus clientes en la actualidad	
Es la que adquiere relevancia en la empresa para lograr los objetivos	
Es la dirección de la empresa	

6. ¿Qué es una visión marque el literal correspondiente?

Es el camino al cual se quiere dirigir la empresa a largo plazo, orientando las decisiones estratégicas de crecimiento y las de competitividad	
Es una forma de dirigir la empresa para alcanzar objetivos	
Es una manera de presentar información de la empresa	

7. ¿Tu organización te ha proporcionado equipos y/o sistemas necesarios para desempeñar tu trabajo?

SI	
NO	

8. ¿Cree que la empresa está proyectada para lograr mejores objetivos que los actuales?

SI	
NO	

9. ¿Conoces la historia de tu organización?

SI	
NO	

10. ¿Estás orgulloso/a de poder decir que trabajas en Ferretería La Exitosa?

SI	
NO	

11. ¿Los artículos están clasificados según su uso y ordenados para identificarlos?

SI	
NO	

12. ¿Los empleados tienen conocimiento sobre los diferentes usos de productos de construcción?

SI	
NO	

13. ¿Los empleados tienen conocimiento de los atributos de los diferentes bienes de construcción que se venden en la ferretería?

SI	
NO	

14. ¿considera que los precios de Ferretería La Exitosa son competitivos en el mercado?

SI	
NO	

PORQUE. _____

15. ¿En general, cómo calificarías el servicio que da al cliente la ferretería?

Bueno	
Excelente	
Regular	
Malo	

16. ¿Cómo calificarías el proceso de atención al cliente en la ferretería?

Bueno	
Excelente	
Regular	
Malo	

17. ¿Qué mejorarías del servicio de Ferretería La Exitosa?

Precio	
Calidad de los productos	
Tiempo de entrega	
Servicio a domicilio	
Promociones	

18. ¿qué empresas compiten con Ferretería La Exitosa?

Ferretería San Rafael	
Los toritos	
Ferretería Joel	

19. ¿Si la empresa invirtiera, en que productos cree que se debe invertir, subraye los literales que crea conveniente?

Cementos	
Hierros	

Maderas	
Bloques	
Perfilaría	
Galvanizados (clavos, alambres, tornillería)	
Herramientas	
Techos	

20. ¿cuál es el producto que más vende o productos que vende la competencia, subraye los literales que crea conveniente?

Cementos	
Hierros	
Maderas	
Bloques	
Perfilaría	
Galvanizados (clavos, alambres, tornillería)	
Herramientas	
Techos	
Otros	

21. ¿conoce cuáles son las amenazas que tiene la empresa para comercializar o vender sus productos?

R/

22. ¿conoce cuáles son las debilidades que tiene la empresa para comercializar o vender sus productos?

R/

23. ¿conoce cuáles son las fortalezas que tiene la empresa para comercializar o vender sus productos?

R/

24. ¿conoce cuáles son las oportunidades que tiene la empresa para comercializar o vender sus productos?

R/

ENCUESTA NUMERO 3

Encuesta dirigida a los clientes, Potenciales de Ferretería La Exitosa.

Objetivo: conocer la preferencia y gustos de los clientes de las distintas ferreterías que existen en el Puerto de La Libertad.

1. ¿Qué toma en cuenta a la hora de elegir una empresa ferretera para adquirir o comprar sus materiales?

Variedad de productos	
Precio	
Calidad del producto	
Ubicación	
El servicio al cliente	
Tiempo de entrega	

2. ¿Cada cuánto tiempo adquiere productos de las ferreterías?

A diario	
Semanal	
Mensual	
Ocasional	

3. ¿Qué líneas de productos son las que más utiliza en sus trabajos?

Materiales de construcción	
Pinturas	
Fontanerías	
Jardinería	
Otros	

4. ¿Por qué medio conoció Ferretería La Exitosa?

Por referencias de clientes	
Redes sociales	
visitas de ejecutivos de ventas	
Por casualidad	

5. ¿Considera que la ferretería cuenta con los productos de construcción necesarios para suplir sus necesidades?

SI	
NO	

PORQUE. _____

6. ¿Cómo considera la atención al cliente de Ferretería La Exitosa?

Bueno	
Excelente	
Regular	
Malo	

7. ¿Considera que Ferretería La Exitosa cuenta con promociones que ayuden a comprar y conocer más los productos de construcción?

SI	
NO	

8. ¿Considera que los precios de productos de construcción son accesibles en la ferretería que usted compra?

SI	
NO	

PORQUE. _____

9. ¿prefiere alguna marca en especial en sus productos?

SI	
NO	

CUAL. _____

10. ¿Cuándo piensa en comprar materiales de construcción, cual es la ferretería que viene a su mente?

La Exitosa	
Ferretería San Rafael	
Los toritos	
Ferretería Joel	

11. ¿Porque razón viene a la mente la ferretería que usted señalo?

R/

12. ¿Qué aspectos debe modificar Ferretería La Exitosa, para que usted se convirtiera en cliente, subraye el literal correspondiente?

Precio	
Calidad de los productos	
Tiempo de entrega	
Servicio a domicilio	
Promociones	
Atención al cliente	

ENCUESTA NUMERO 4

Encuesta dirigida a los clientes, Actuales de Ferretería La Exitosa.

Objetivo: conocer la preferencia gustos y las marcas de los clientes de las distintas ferreterías que existen en libertad costa.

1. ¿Cuál de la ferretería que se mencionan en el cuadro a continuación son de su preferencia?

La Exitosa	
Ferretería San Rafael	
Los toritos	
Ferretería Joel	

2. ¿Cuál de los medios de comunicación le parece más accesible para dar publicidad a Ferretería La Exitosa y que la marca pueda ser más conocida en el sector de construcción?

Perifoneo	
Visitas periódicas	
Redes sociales	
Vallas publicitarias	
Hojas volantes	

3. ¿Considera que el equipo de trabajo de la ferretería está debidamente capacitado para darle solución a sus necesidades a la hora de adquirir un producto?

SI	
NO	

PORQUE. _____

4. ¿Qué tipo de producto le gustaría encontrar en la ferretería que hasta el día de hoy no se ofrece a la venta?

Hierros Nacional	
Aditivos para concreto	
Bloques de diferentes marcas (bloquitubos, de la peña)	
Cemento de diferentes marcas (progreso nacional)	

Otros.

5. ¿Prefiere alguna marca en especial?

SI	
NO	

CUAL. _____

6. ¿Qué considera que Ferretería La Exitosa debe mejorar?

Precio	
Calidad de los productos	
Tiempo de entrega	
Servicio a domicilio	

7. ¿Considera que los precios de productos de construcción de Ferretería La Exitosa son accesibles y competitivos con otra ferretería?

SI	
NO	

PORQUE. _____

8. ¿Nos recomendaría con otros clientes después de haber utilizado en sus construcciones nuestros productos?

SI	
NO	

PORQUE. _____

9. ¿Considera que las construcciones han aumentado en La Libertad Costa y en qué lugares?

SI	
NO	

PORQUE. _____

10. ¿Qué tipo de materiales considera que son más demandados en su zona de construcción?

Cementos	
Hierros	
Maderas	
Bloques	
Perfilaría	
Galvanizados (clavos, alambres, tornillería)	
Herramientas	
Techos	