

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**



**TRABAJO DE GRADO EN: DIPLOMADO EN ESPECIALIZACIÓN EN  
DESARROLLO DE MODELO DE NEGOCIOS DIGITALES**

**TEMA:**

**DESARROLLO DE PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL:  
FERRETERÍA ONLINE “DIFERREMAGA”**

**PRESENTADO POR:**

**GONZÁLEZ GARCÍA JACQUELINE VERENISE**

**L10804**

**MARTÍNEZ GARCÍA KAREN JEANNETTE**

**L10804**

**JULIO 2022**

**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA**

## **AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR:** MSC. ROGER ARMANDO ÁRIAS ALVARADO  
**VICERECTOR ACADEMICO** DR. RAUL ERNESTO AZCUNAGA LÓPEZ  
**SECRETARIO GENERAL:** MSC. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

## **FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**DECANO:** MSC. NIXON ROGELIO HERNÁNDEZ VÁSQUEZ  
**SECRETARIA:** LICDA. VILMA MARISOL MEJÍA TRUJILLO  
**COORDINADOR GENERAL**  
**DE PROCESO DE GRADUACIÓN:** LIC. MAURICIO ERNESTO MAGAÑA MENÉNDEZ

## **ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**

**COORDINADOR DE ESCUELA:** LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA  
**COORDINADORA DE PROCESO**  
**DE GRADUACIÓN:** LICDA. MARTA JULIA MARTÍNEZ BORJAS  
**DOCENTE ASESOR:** MSC. EDWIN IVÁN PASTORE CHÁVEZ  
**TRIBUNAL EVALUADOR:** MSC. JUAN JOSÉ CANTÓN GONZÁLEZ  
MSC. EDWIN IVÁN PASTORE CHÁVEZ  
LIC. OSCAR ERNESTO ESQUIVEL CRUZ

**JULIO 2022**

**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecimientos primeramente a mi Diosito por haberme permitido llegar hasta esta etapa final de mi trabajo de graduación, que él es quien ha sido mi guía y fortaleza para lograr esta anhelada meta. Al igual a uno de los seres más hermosos que Dios me regalo mi Madre Concepción García que con grandes sacrificios y esfuerzos lucho para que nunca me rindiera, a mi padre Elías Vanegas y hermanas por ser un gran apoyo en mi vida, sin duda en estos agradecimientos también están dedicados a Jhonatan Canizalez por ser un aporte esencial para que lograra mis sueños, mis segundos padres, Don Alberto y Niña Doris quienes sin duda también se han sacrificado y me han brindado todo su apoyo incondicional para que hoy pueda culminar este gran sueño.

**Jacqueline Verenise González García**

Mis agradecimientos van dirigidos primeramente a Dios, porque ha estado presente en cada momento de mi vida, por brindarme la vida y salud para poder seguir con mis estudios y terminar mi carrera profesional. Agradezco a mis padres porque siempre ha estado apoyándome incondicionalmente en mi educación de la vida y estudios. A mi compañero de vida por estar a mi lado apoyándome siempre, y a mi querido hijo por ser la fuente de mi inspiración para poder realizar mi proyecto.

Agradezco a todos los docentes académicos, por transmitirme sus conocimientos profesionales, y gracias a la Universidad Nacional de El Salvador por permitirme ser parte de su legado, con excelencia y calidad.

**Karen Jeannette Martínez García**

# Índice

Contenido	Pág.
RESUMEN EJECUTIVO.....	i
INTRODUCCIÓN.....	ii
1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	1
1.1. Nombre del negocio .....	1
1.2. Integrantes.....	1
1.3. Información general de la Institución Educativa.....	2
2. MARCO ESTRATEGICO.....	2
2.1. Descripción del negocio (demanda insatisfecha) .....	4
2.2. Descripción de los productos o servicios. ....	4
2.3. Estrategia a implementar.....	5
2.4. Ventaja competitiva .....	5
2.5. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) .....	6
3. PLAN ORGANIZACIONAL. ....	6
3.1. Resumen de las Características Emprendedoras Personales del equipo (CEP's). ....	7
3.2. Estructura organizativa de la empresa.....	7
3.3. Proceso de Mercadeo y Ventas .....	8
3.4. Proceso administrativo.....	10
3.5. Proceso de producción .....	10
3.6. Procesos de recursos humanos .....	11
3.7. Identificación y características de proveedores.....	11
3.8. Distribución en planta. ....	12
3.9. Requerimientos generales de maquinaria y equipo .....	12
4. PLAN DE MERCADEO.....	13
4.1. Resultados de la investigación de mercado .....	13
4.2. Análisis de situación. ....	14
5. PLAN DE VENTAS .....	20
5.1. Ciclo de Ventas .....	20
5.2. Proyección de Ventas.....	26
6. PLAN FINANCIERO .....	31
6.1. Plan de Inversión.....	31
6.2. Estructura de costos.....	33
6.3. Flujo de efectivo.....	33
6.4. Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio. ....	34
6.5. Estado de Resultados proyectado .....	35
7. PLAN DE TRABAJO .....	36
8. PLAN DE CONTINGENCIA .....	37
Bibliografía.....	40
ANEXOS.....	41
ANEXO 1: Detalle y cálculos de costo variables unitarios y totales. ....	41
ANEXO 2: Detalle de cálculos de costos fijos totales.....	43
ANEXO 3: Costo(s) Unitario(s) .....	43
ANEXO 4: Cálculo del punto de equilibrio.....	44
ANEXO 5: Cotizaciones del presupuesto de DIFERREMAGA. ....	45
ANEXO 6: Detalle de Pasarela de Pago de DIFERREMAGA.....	46

## Índice de Tablas

Contenido	Pág.
<b>Tabla 1</b> Características Emprendedoras del Equipo de Trabajo de DIFERREMAGA .....	1
<b>Tabla 2</b> Foda de DIFERREMAGA.....	6
<b>Tabla 3</b> Características Emprendedoras del Equipo de Trabajo de DIFERREMAGA .....	7
<b>Tabla 4</b> Gestión y Responsabilidad de Cada Departamento de DIFERREMAGA .....	8
<b>Tabla 5</b> Característica de Los Proveedores .....	11
<b>Tabla 6</b> Requerimientos Generales de Maquinaria y Equipo de DIFERREMAGA .....	12
<b>Tabla 7</b> Principal Competencia de DIFERREMAGA .....	14
<b>Tabla 8</b> Mercado Objetivo de DIFERREMAGA.....	15
<b>Tabla 9</b> Perfil del Consumidor de DIFERREMAGA .....	15
<b>Tabla 10</b> Lista de Precios de productos de Alta Rotación de DIFERREMAGA .....	16
<b>Tabla 13</b> Proyecciones de Venta de DIFERREMAGA Para un año de Operaciones. ....	28
<b>Tabla 14</b> Proyección de ventas para los siguientes 4 años de operación de DIFERREMAGA .....	29
<b>Tabla 15</b> Equipo y Herramientas Necesarios a Invertir en DIFERREMAGA .....	31
<b>Tabla 16</b> Inversión de Capital de Trabajo para DIFERREMAGA .....	32
<b>Tabla 17</b> Total de la Inversión. ....	32
<b>Tabla 18</b> Costos Variables Unitarios de DIFERREMAGA .....	33
<b>Tabla 19</b> Rentabilidad de DIFERREMAGA año 1 .....	34
<b>Tabla 20</b> Punto de Equilibrio en Número de Unidades y Montos de DIFERREMAGA .....	34
<b>Tabla 21</b> Estado de Resultados Proyectado de DIFERREMAGA .....	35
<b>Tabla 22</b> Plan de Trabajo de DIFERREMAGA.....	36
<b>Tabla 23</b> Adopción e Implementación contra Siniestro y Eventualidades de DIFERREMAGA .....	39
<b>Tabla 24</b> Detalle de los Costos de Venta .....	41
<b>Tabla 25</b> Costo de Salarios de DIFERREMAGA .....	42
<b>Tabla 26</b> Costos fijos Totales de DIFERREMAGA .....	43
<b>Tabla 27</b> Costos Unitarios de DIFERREMAGA .....	43
<b>Tabla 28</b> Punto de equilibrio expresado en unidades (PE) de DIFERREMAGA .....	44
<b>Tabla 29</b> Unidades Monetarias Punto de Equilibrio de FERRETERIA DIFERREMAGA .....	44
<b>Tabla 30</b> Proveedores consultados para Equipo, Herramientas, Insumo Inicial y Materiales de Construcción. ....	45
<b>Tabla 31</b> Pasarela de Pagos de DIFERREMAGA .....	46

## Índice de Figuras

Contenido	Pág.
<b>Figura 1:</b> Objetivos de DIFERREMAGA .....	3
<b>Figura 2:</b> Organigrama de DIFERREMAGA .....	7
<b>Figura 3:</b> Proceso de Compra de DIFERREMAGA .....	9
<b>Figura 4:</b> Proceso Administrativo de DIFERREMAGA .....	10
<b>Figura 5:</b> Proceso de Recursos Humanos de DIFERREMAGA .....	11
<b>Figura 6:</b> Boceto de Bodega de DIFERREMAGA .....	12
<b>Figura 7:</b> Índice de Volumen de la Actividad Económica Por Sectores en El Salvador .....	13
<b>Figura 8:</b> Descripción de Plaza de DIFERREMAGA .....	17
<b>Figura 9:</b> Programación de Campaña Publicitaria de DIFERREMAGA.....	23
<b>Figura 10:</b> Sitio Web de DIFERREMAGA .....	23
<b>Figura 11:</b> Arte Utilizado para Facebook de DIFERREMAGA.....	24
<b>Figura 12:</b> Arte Utilizado para Instagram de DIFERREMAGA .....	24
<b>Figura 13:</b> Arte Utilizado para WhatsApp de DIFERREMAGA .....	25
<b>Figura 14:</b> Flujo de Efectivo Proyectado año 1 de DIFERRREMAGA .....	33
<b>Figura 15:</b> Cotización de Mercadería Requerida por DIFERREMAGA. ....	45

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente plan de negocios tiene como objetivo principal, el desarrollar un Sistema y un Modelo de Marketing Digital para poder comercializar productos de ferretería, bricolaje y materiales de construcción, no solo en una tienda física sino de manera online. La oportunidad de poder incursionar en el mercado ferretero online, nace ante la situación de la COVID – 19, y las exigencias de poder destacar como empresa, y ofrecer el servicio a domicilio.

El propósito es hacer que la ferretería se destaque a través de un servicio oportuno, precios competitivos, productos de alta calidad y atención personalizadas. El segmento de mercado al que estará 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 etapas de este plan de negocio, el desarrollo de las estrategias, los diferentes procesos que conlleva un plan de mercadeo, los análisis de rentabilidad e inversión y las proyecciones que se establecerán, tomando en cuenta los diferentes costos y gastos en que se incurrirán para obtener un equilibrio en la empresa.

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo de un plan de negocios digital surge a través de la necesidad de poder crear una plataforma digital en la cual se puedan ofertar las distintas categorías de productos del área de construcción, bricolaje y ferretería. Esta idea nace para poder afrontar los efectos que dejó la Covid-19 en El Salvador y en el resto del mundo, en la cual la mayoría de las empresas ferreteras tuvieron que innovar y buscar estrategias para mantenerse dentro del mercado ferretero y adaptarse a las nuevas exigencias de los consumidores.

DIFERREMAGA es una empresa dedicada al rubro de ferretería, presentamos sus perspectivas sus valores, principios y hacia dónde se dirige tanto a corto como mediano plazo, el poder ofertar una amplia categoría de productos nos permite competir en el mercado ferretero salvadoreño actual.

Cada una de las estrategias de Marketing, permitirá mejorar las actividades competitivas de DIFERREMAGA, el poder diseñar la mezcla de mercadotecnia, la correcta selección de proveedores y contar con una Warehouse nos brindan una ventaja que debemos de aprovechar, para reducir costos y transmitirles a los clientes la efectividad.

DIFERREMAGA tuvo que afrontar barreras tecnológicas para poder evolucionar en el mercado ferretero, y el internet como aliado nos permitirá implementar nuestro modelo de negocios online, el ser un negocio tradicional o local es parte del pasado. En la actualidad es avanzar como empresa ante un futuro tecnológico.



## 1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.

“DIFERREMAGA” es una ferretería online que se desarrolla a través de un modelo digital, en el cual los consumidores podrán realizar sus diferentes compras, mediante una página web de manera eficiente y de fácil acceso.

### 1.1. Nombre del negocio

- Nombre del negocio: DIFERREMAGA
- Nombre del representante de la empresa: Karen Jeannette García Martínez
- Razón social: Distribuidora Ferretera Martínez García S.A. De C.V
- Giro del negocio: Venta de Productos de Ferretería, Bricolaje y de Construcción.
- Ubicación, Dirección del negocio, incluir municipio y departamento: Mall San Gabriel, local 2-B Apopa, San Salvador.

### 1.2. Integrantes

En la siguiente tabla se muestra las descripciones y características de los integrantes que desarrollaran el modelo de negocio digital:

**Tabla 1**

*Características Emprendedoras del Equipo de Trabajo de DIFERREMAGA*

Nombre Completo	Sexo		Fecha de nacimiento	Domicilio	Teléfono	E-mail	Especialidad
	F	M					
<b>Martínez García, Karen Jeannette</b>	X		01-07-1985	Apopa / San Salvador	7570-9929	<a href="mailto:mg04069@ues.edu.sv">mg04069@ues.edu.sv</a>	Desarrollo de Modelo Digital
<b>González García, Jacqueline Verenise</b>	X		11-04-1991	Juayúa/ Sonsonate	7041-264	<a href="mailto:gg14105@ues.edu.sv">gg14105@ues.edu.sv</a>	Desarrollo de Modelos Digital

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo

### **1.3. Información general de la Institución Educativa**

- Nombre de la Institución: Universidad de El Salvador.
- Especialidad: Desarrollo de un Modelo Digital
- Municipio: San Salvador
- Departamento: San Salvador

## **2. MARCO ESTRATÉGICO**

La misión y la visión son elementos esenciales que nos permiten como empresa el conocer cuál es el objetivo que nos planteamos y hacia dónde queremos llegar hacia un futuro, que aspectos nos diferencian de la competencia y cuales son nuestros principales productos que ofertamos a nuestros consumidores.

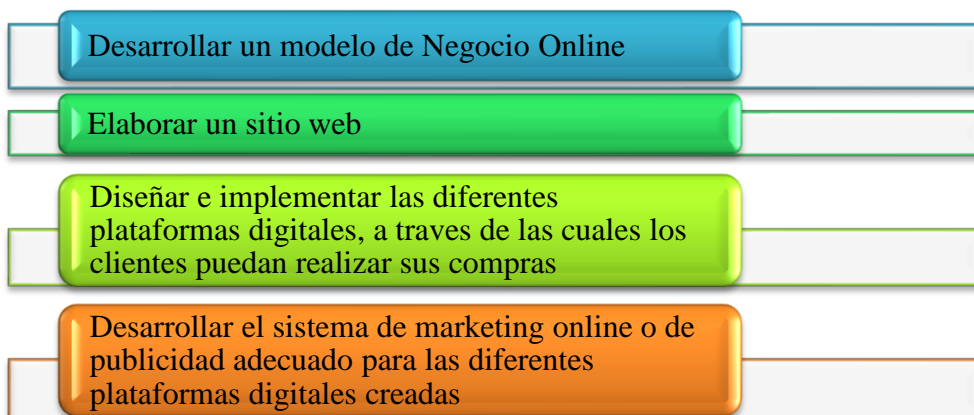
- **MISIÓN:**

Construir una empresa que se proponga a trabajar en el sistema de negocio digital específicamente en el sector ferretero, a través de una tienda online la cual contribuya a mejorar, el proceso de compra y servicio de cada uno de nuestros clientes.

- **VISIÓN:**

Seremos una tienda online reconocida y trabajaremos para mantener un excelente posicionamiento en el mercado del comercio electrónico, ofertando así una amplia gama de productos de ferretería, bricolaje y de construcción, comprometiéndonos así a brindar un excelente servicio y de confiabilidad hacia nuestros clientes, para lograr ser el principal modelo y referente en el sector ferretero de El Salvador.

## OBJETIVOS:



*Figura 1:* Objetivos de DIFERREMAGA

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo

## METAS:

1. Elaborar el diseño de la página Web en el mes de septiembre de 2021.
2. Realizar el diseño y creación de las diferentes plataformas o perfiles en redes sociales del 15 de septiembre al 31 de septiembre.
3. La creación de un plan de marketing o publicidad para la empresa DIFERREMAGA, desde el mes de octubre de 2021

## VALORES:

- **Respeto:** Tratar a todas las personas con las que se interactúa con dignidad, respeto, y un excelente servicio.
- **Búsqueda de la excelencia:** Alcanzar el rendimiento y productividad en el cumplimiento de metas, para poder brindar mejores soluciones en el servicio a cada uno de los clientes o consumidores.

## **PRINCIPIOS:**

- **Trabajo en equipo:** lograr la sinergia de todos los empleados para obtener una mayor coordinación en las actividades diarias de la empresa.
- **Confianza:** Actuar con integridad para poder brindar calidad y seguridad en las adquisiciones de los diferentes productos ofertados
- **Comunicación:** Desarrollar un lenguaje fluido y coordinado para que los clientes y consumidores, se les pueda facilitar la obtención de información de los productos y servicios a ofertar.

### **2.1. Descripción del negocio (demanda insatisfecha)**

La demanda insatisfecha en los productos de ferretería se debe al factor tiempo, en el cual los clientes o consumidores siempre buscan poder minimizar el periodo de compra. Esto se debe a que en su mayoría las empresas del rubro ferretero solo centran sus ventas de manera física, lo que hace que muchas veces los clientes tiendan a trasladarse hasta la casa matriz para poder realizar sus compras, e invertir más tiempo para poder realizar dicha operación.

### **2.2. Descripción de los productos o servicios.**

- Nuestra principal categoría con la que iniciaremos operaciones de venta para nuestra empresa es: Materiales de Construcción, y posteriormente en segunda fase del desarrollo del proyecto ofertaremos las distintas áreas de productos como: Jardinería, Electricidad, Hogar, Pintura, Herramientas y Ferretería, Baños y Fontanerías y Carpintería.
- Asistencias técnicas requeridas para las distintas áreas del negocio

### 2.3. Estrategia a implementar

**Atención personalizada:** Se buscará que los clientes obtengan una mejor atención y agilidad en su compra a través de las distintas plataformas digitales que posee la empresa DIFERREMAGA.

- **Asesorías Online:** asesoría directa con personal capacitado a través de llamadas o video llamadas.
- **Alianzas Estratégicas con empresas de envío a domicilio:** brindar un servicio de calidad, eficiente y rápido, con empresas dedicadas a la entrega de productos a domicilio.
- **Contar con un Sistema de Gestión de Almacén, o Warehouse Management System:** Es importante contar con un almacén logístico para que la empresa DIFERREMAGA funcione de la mejor manera, tal como menciona (Lopienski, 2019) al afirmar que: “tiene visibilidad completa de los niveles de inventario y almacenamiento en tiempo real, la productividad del personal, la previsión de la demanda y los flujos de trabajo de cumplimiento de pedidos dentro de un almacén”, todo esto para agilizar la cadena de suministros y el buen manejo de inventarios.

### 2.4. Ventaja competitiva

- a) Servicio al cliente especializado y personal, con amabilidad y respeto a través de asesorías online.
- b) Facilidad de poder optar a un servicio a domicilio y pago en línea cuando el cliente realice la compra.

## 2.5. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

**Tabla 2**

*Foda de DIFERREMAGA*

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<b>Flexibilidad de negociación con proveedores.</b>	Comercio con alta demanda.	Dificultad para desplazar algunos productos.	Nuevos competidores en el mercado
<b>Amplio portafolio de productos.</b>	Adaptabilidad a compras y transacciones virtuales.	Inversiones altas en inventarios.	Poca fidelidad del consumidor.
<b>Asesoramiento y servicio al cliente.</b>	Alianzas estratégicas con empresas de envío.	Falta de equipo de entrega.	Multinacionales.
<b>Herramientas tecnológicas, y de comunicación.</b>		Restricciones por zonas de servicio.	Restricciones por medidas sanitarias futuras para el comercio.

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo.

## 3. PLAN ORGANIZACIONAL.

El siguiente plan organizacional tiene como objetivo representar cada una de las habilidades que posee el equipo de trabajo de DIFERREMAGA y de esta manera conocer específicamente como estará distribuida cada una de las áreas que conforma la organización de la empresa.

Una buena gestión y organización permitirá un excelente crecimiento en las distintas áreas que está conformada la ferretería

A continuación, se detallan las siguientes características que definen a cada uno de los integrantes del equipo emprendedor, de acorde a sus capacidades y conocimientos.

### 3.1. Resumen de las Características Emprendedoras Personales del equipo (CEP's).

**Tabla 3**

*Características Emprendedoras del Equipo de Trabajo de DIFERREMAGA*

Nº	Nombre de los Integrantes del Equipo	Búsqueda de Información	Creatividad	Toma de Decisiones	Toma de Riesgos	Motivación y Liderazgo	Redes de Apoyo	Planificación y Organización	Perseverancia	Cumplimiento de metas	Comunicación
1	Martínez García Karen Jeannette		X			X	X			X	X
2	González García Jacqueline Verenise	X		X	X			X	X		

*Tabla 3:* Resumen de cada una de las características personales de cada integrante del grupo de trabajo.  
*Fuente:* Elaborado por el del grupo de trabajo

### 3.2. Estructura organizativa de la empresa.

En el siguiente organigrama se representa el proceso jerárquico y las diferentes funciones de cada uno de los integrantes de la organización

- Organigrama de “DIFERREMAGA”



*Figura 2:* Organigrama de DIFERREMAGA

*Fuente:* Karen Jeannette Martínez García

## Organización de gestión.

**Tabla 4**

*Gestión y Responsabilidad de Cada Departamento de DIFERREMAGA*

Área de gestión	Responsabilidades	Habilidades requeridas	Cantidad de personas	¿Quién lo hará?
<b>Mercadeo y Ventas</b>	Posicionar y gestionar la marca. Administración de las redes sociales. Manejo de Call center por el tráfico de llamadas	Administrador de redes sociales	3	Encargado del departamento de mercadeo y Call center. A Contratar.
<b>Producción</b>	Verificación de inventarios y gestión de almacén. (Método PEPS y UEPS) informatizada.	Líder, con carácter y organizado,	2	Encargada de la bodega. A contratar
<b>Administración y Finanzas</b>	Diseñar, formular y controlar la estrategia financiera de la empresa. tareas de contabilidad, tesorería, auditoría interna y análisis financiero.	Organizado, Ético e íntegro, Trabajo en equipo,	1	A Contratar
<b>Recursos Humanos</b>	Control y beneficios del empleado de la empresa. Pago de Salarios, Reclutamiento, de personal. Presentar informes y evaluaciones relevantes para las tareas de asistencia.	Habilidad de comunicación y de liderazgo. Organizado/a, Responsable/a, ético	1	A Contratar
<b>Asistente</b>			1	A contratar

*Nota:* Resumen de Responsabilidades de DIFERREMAGA, tomando en cuenta cada departamento y el detalle de cada gestión

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo.

### 3.3. Proceso de Mercadeo y Ventas

“DIFERREMAGA”, ofertará un amplio catálogo de productos de las diferentes marcas que están posicionadas en el sector ferretero, los cuales tendrá los siguientes aspectos a considerar:

#### **Investigación de Mercado**

Después del 6to mes de funcionamiento de DIFERREMAGA se hará un estudio de mercado, para evaluar e identificar así a los posibles competidores, y los clientes potenciales.

#### **Definir el Mercado Objetivo:**

Estará dirigido al sector construcción, remodelación y bricolaje. Este es un mercado muy amplio donde existen varios tipos de consumidores y clientes.

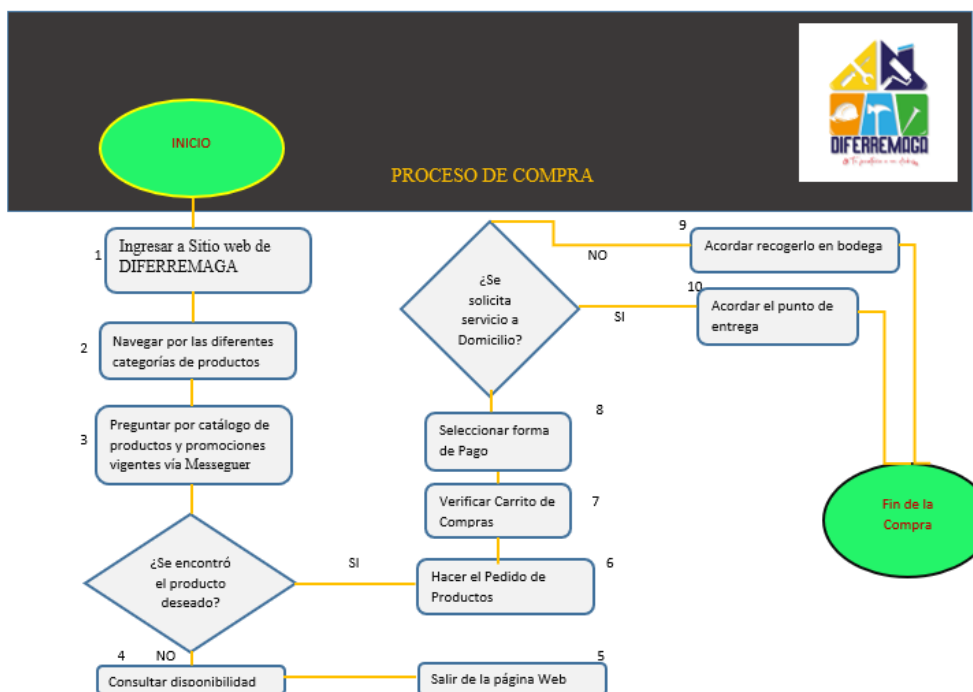


## Estrategias de Marketing:

Podemos mencionar: el servicio al cliente y community manager, la asesoría en línea y servicio a domicilio.

En la siguiente imagen se detallará a través de un flujograma como se realizará el proceso de compra en línea

### Proceso de Compra de DIFERREMAGA



**Figura 3:** Proceso de Compra de DIFERREMAGA

**Fuente:** Elaborado por el grupo de trabajo.

## Control del Plan de Marketing:

Se verificará que las estrategias se hayan cumplido, haciendo uso de un cronograma de actividades. Como lo menciona (NoblecillaGrunauer & Granados Maguiño, 2018), “Para el control de las actividades se debe realizar en ciertos periodos de tiempo de entre cada 3 meses, 6 meses o anuales” (pág. 35).

### 3.4. Proceso administrativo

A continuación, se detalla cada uno de los procesos que implica DIFERREMAGA para la correcta distribución de las funciones dentro de la empresa.



*Figura 4:* Proceso Administrativo de DIFERREMAGA

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo.

Adaptado de: Cano, C (2017) "La Administración y el Proceso Administrativo".

### 3.5. Proceso de producción

DIFERREMAGA no cuenta con proceso de producción, y los productos se obtendrán mediante proveedores de las distintas marcas reconocidas en el sector ferretero, para luego ser ingresados al proceso de comercialización.

### 3.6. Procesos de recursos humanos

A continuación, se presenta el Proceso de RR-HH de DIFERREMAGA:



**Figura 5:** Proceso de Recursos Humanos de DIFERREMAGA

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo.

Adaptado de: Chiaveto, I (2001) "Administración de Recursos Humanos" 5ta edición.

### 3.7. Identificación y características de proveedores.

**Tabla 5**

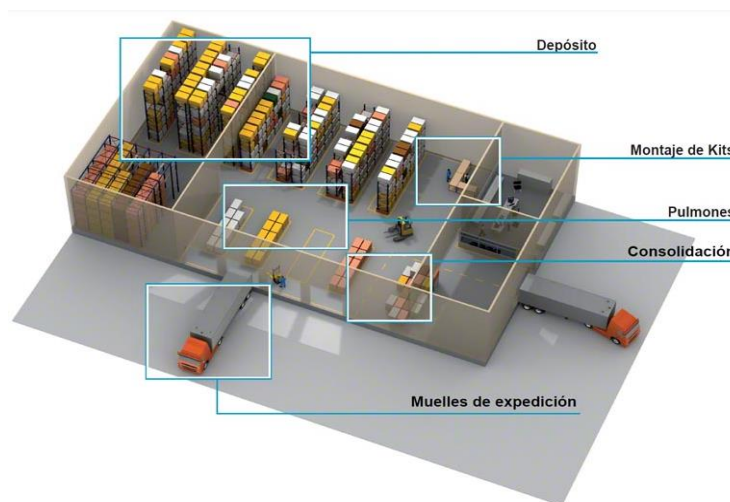
*Característica de Los Proveedores*

Nombre del proveedor	Producto/Servicio que provee	Teléfono	Dirección	Forma de pago	Forma y plazo de entrega
IMACASA	Herramientas para construcción y ferretería.	7844-9498	Final Calle Libertad Poniente, Parque Industrial Santa Lucia Santa Ana CP, 2201	Contado y Crédito	A domicilio y a 5 días de entrega.
DIAGROSAFE	Bloques, pintura en aerosol, carretillas, cemento.	7989-7850	Quezaltepeque, Libertad	La Contado	A domicilio y al día siguiente.
LEMUS	Hierro, lamina,	7250-606	Boulevard Constitución 541 San Salvador	Contado	Contra entrega.
GALVANIZA	Clavos, Tubos Galvanizados	7281-3562	San Salvador	Contado	Contra entrega.

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo.

### 3.8. Distribución en planta.

#### ▪ Warehouse de DIFERREMAGA



**Figura 6:** Boceto de Bodega de DIFERREMAGA  
Tomado de: (MEGALUX, 2021)

### 3.9. Requerimientos generales de maquinaria y equipo

**Tabla 6**

*Requerimientos Generales de Maquinaria y Equipo de DIFERREMAGA*

Descripción	Cantidad	Inversión US\$)
Computadoras	1	\$ 400.00
Laptop	1	\$ 700.00
Silla de oficina	3	\$ 79.00
Teléfono Fijo	3	\$ 20.00
Impresora	1	\$ 499.00
Sistema de comunicaciones por internet	1	\$ 40.00
Estantes	4	\$ 700.00
Góndolas	2	\$ 400.00
Escritorio	2	\$ 89.00
Caja registradora	1	\$ 249.99
Seguros de mercaderías.	1	\$ 50.00
Costo de Alquiler de Bodega	1	\$ 350.00
<b>Total</b>		<b>\$ 3,576.99</b>

**Nota:** Todos los datos que contiene la tabla es lo presupuestado como parte de la maquinaria que DIFERREMAGA.

**Fuente:** Elaborado por el grupo de trabajo.

## 4. PLAN DE MERCADEO

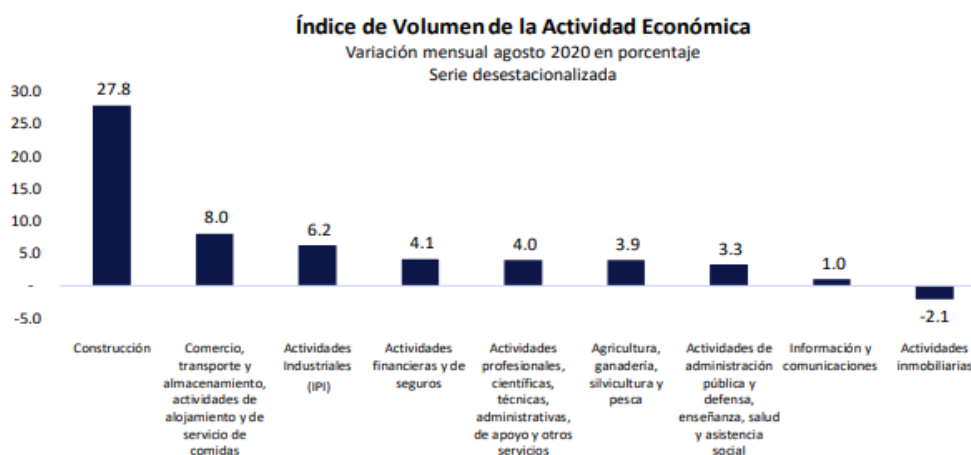
El siguiente plan de mercadeo se busca plasmar el estudio de marketing que realizaremos hacia DIFERREMAGA, los distintos objetivos a lograr, las estrategias a implementar y la planificación de todas las acciones a desarrollar.

### 4.1. Resultados de la investigación de mercado

Para agosto de 2020 según el BCR los sectores Construcción, comercio e industria manufacturera destacaron considerablemente. Tal como lo indica el Comunicado de Prensa 30/2020 del Banco Central de Reserva:

El Resultado del IVAE de agosto de 2020 es consistente con la recuperación mensual de las distintas actividades económicas destacando:

- 1) Construcción, con un crecimiento de 27.8%.
- 2) Industria manufacturera con un aumento de 6.2%. (BANCO CENTRAL DE RESERVA, 2020).



**Figura 7:** Índice de Volumen de la Actividad Económica Por Sectores en El Salvador  
*Fuente:* Banco Central de Reserva 2020

## 4.2. Análisis de situación.

El sector ferretero hoy en día ha logrado un gran auge en el desarrollo del comercio electrónico, esto se debe a los estragos que ocasionó el inicio de la pandemia a nivel global, donde la mayoría de las empresas en El Salvador tuvieron que implementar estrategias para no tener que cerrar sus puertas debido a una cuarentena estricta que decreto el presidente a razón de La COVID-19.

Hoy en día las ferreterías han mostrado un crecimiento y una recuperación acelerada. Hay empresas ferreteras que tomaron un liderazgo entre las cuales se tienen VIDRI, EPA, FREUND, y la franquicia de DISENSA que ha logrado posicionarse en el mercado salvadoreño.

### Análisis de la competencia

**Tabla 7**

*Principal Competencia de DIFERREMAGA*

<b>Competencia</b>	<b>Descripción general</b>
<b>1.DISENSA</b>	Son una red de tiendas de la venta de materiales de construcción, mejoramiento del hogar oficina y construcción.
<b>2.VIDRI</b>	Una de las mejores ferreterías con un buen posicionamiento en el mercado salvadoreño, poseen venta en línea.
<b>3.EPA</b>	Es una empresa venezolana, de almacenes distribuidora a nivel regional, que se especializan en herramientas, productos y accesorios para remodelación, decoración del hogar/oficina y construcción.
<b>4.FREUND</b>	Empresa Salvadoreña que inicio en 1913. Dedicado al comercio detallista y mayorista de productos de ferretería, amplio portafolio de productos y marcas reconocidas.

*Nota:* se ha tomado en cuenta las empresas más grandes del sector ferretero, como competencia directa de DIFERREMAGA

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo.

## Mercado objetivo

**Tabla 8**

*Mercado Objetivo de DIFERREMAGA*

Consumidor final	Negocio o empresa	Industria
Personas Naturales	Panadería Ban Ban	Lactosa
	Súper Selectos	Coca-Cola
	La Chapultepec	Quintas San Antonio

*Nota:* se toma en cuenta también todos los negocios o empresas que están alrededor de DIFERREMAGA

*Fuente:* Elaborado por el grupo de Trabajo

- **Perfil del consumidor o cliente.**

**Tabla 9**

*Perfil del Consumidor de DIFERREMAGA*

<b>Edad</b>	De 21 años a 65 años
<b>Sexo</b>	Hombres
<b>Estatus económico</b>	Económicamente activos
<b>Estudios</b>	Educación básica, media y superior
<b>Lugar de residencia</b>	Apopa, Nejapa, Quezaltepeque (zona norte de San Salvador) y Área metropolitana de San Salvador.

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo

### Objetivos y metas de mercadeo

- Lograr el reconocimiento de la marca DIFERREMAGA
- Promocionar un buen servicio hacia los clientes
- Fomentar las compras rápidas a través de uso de la tienda online, y de los distintos spots publicitarios en los perfiles sociales.

## MIX de Mercadeo (Producto, Precio, Promoción y Plaza)

### “P” Producto

DIFERREMAGA cuenta con un amplio catálogo de producto que son suministrados por proveedores que se encuentran muy posicionados en el mercado ferretero.

Entre los principales productos que se distribuirán en la categoría de Construcción se encuentran:

1. **Materiales de Construcción:** Cemento, hierro de distintas medidas, techos, pegamentos, bloques y soleras de cemento.

Y el detalle de las siguientes categorías que posteriormente se venderán son:

2. Jardinería, Electricidad, Hogar, Pintura, Herramientas, Baños y fontanería y Carpintería.

### “P” Precios

Los precios de DIFERREMAGA se establecieron de acorde al sector ferretero vigente, adicionando también un porcentaje de utilidad para cada producto.

En la siguiente tabla se detalla la lista de los precios, de los productos más rotados en la categoría de materiales de construcción:

**Tabla 10**

*Lista de Precios de productos de Alta Rotación de DIFERREMAGA*

<b>Producto o Servicio</b>	<b>Precio de Costo Unitario</b>	<b>Margen de Ganancia</b>	<b>Precio de Venta Unitario</b>
Cemento Fuerte	\$ 8.50	\$ 0.75	\$ 9.25
Cemento Cuscatlán	\$ 7.74	\$ 0.75	\$ 8.50
Hierro de 3/8	\$ 53.78	\$ 4.22	\$ 58.00
Hierro de ½	\$ 55.59	\$ 6.41	\$ 62.00
Hierro de ¼	\$ 53.22	\$ 6.78	\$ 60.00
Bloque de 15	\$ 47.00	\$ 28.00	\$ 75.00
Bloque de 10	\$ 36.00	\$ 24.00	\$ 60.00
Tubo Galvanizado	\$ 87.60	\$ 7.40	\$ 95.00
Lámina Galvanizada	\$ 81.36	\$ 25.17	\$ 106.80
Escobas	\$ 1.30	\$ 0.70	\$ 2.00

**Nota:** El precio es por sondeos vigentes con la competencia al momento de realizar la investigación

**Fuente:** Elaborado por el grupo de trabajo

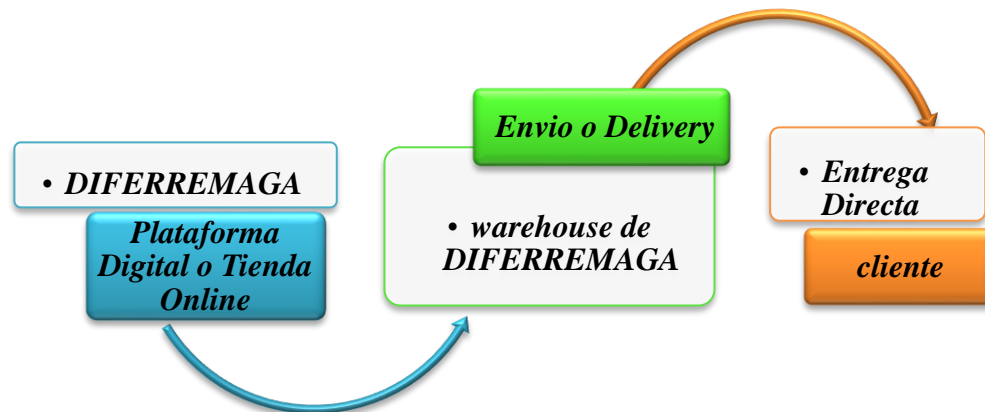


### “P” de Plaza

DIFERREMAGA ofertará sus productos directamente al consumidor, a través de dos modalidades:

- 1) Distribución de los productos por medio de su plataforma digital tienda online o página web.
- 2) Mediante una bodega o una warehouse.

En el siguiente esquema se detallará el proceso de cómo esta desglosada la plaza en forma digital y entrega a domicilio:



**Figura 8:** Descripción de Plaza de DIFERREMAGA  
**Fuente:** Elaborado por el grupo de trabajo.

### “P” de Promoción

DIFERREMAGA dirigirá su promoción a través de las diferentes plataformas digitales como: Facebook, WhatsApp e Instagram, para poder ofertar sus distintos productos y servicios.

- **Slogan:** “*Tu Ferretería a un Click*”

## **Estrategia de Marketing**

Las distintas estrategias son procesos que permitirán a DIFERREMAGA conocer los recursos disponibles a utilizar en el marketing mix.

### **Estrategias de producto**

1. Ofertar una amplia gama de productos de Construcción de marcas muy reconocidas de acorde al sector que el cliente busque.

#### **Tácticas a Implementar de la Estrategia**

- Alianzas con Simón Dice y Mandaditos
- Alquiler de un vehículo pesado para las entregas grandes.

### **Estrategias de precio**

1. La estrategia de precios estará basada a través de monitoreo de precios a la competencia tomando como base los precios estipulados por el mercado ferretero:

#### **Táctica**

- Aumentar las ventas en un 2.5% trimestral para tener un aumento mensual del 10%.
- Realizar periódicamente sondeos a la competencia.

### **Estrategia de Plaza**

- 1- Fomentar el uso del Sitio Web de DIFERREMAGA para poder adquirir los productos de Construcción en el amplio catálogo ofertado.

## **Tácticas**

- Venta de artículos de construcción a través de una página web.
- Establecer un diálogo directo a través de las redes sociales como: Facebook y WhatsApp Business manejado por un Community Management. Y posteriormente un Chatbot antes las preguntas frecuentes en horarios no establecidos.
- La ubicación de un mapa en la paginan web.

## **Estrategias de Promoción**

- 1- Premiar y valorar la preferencia hacia DIFERREMAGA, a través de contenido promocional, activaciones de marca, publicidad en redes sociales entre otros.

## **Táctica**

- Gestionar artículos promocionales y regalías de los distintos proveedores, para promocionar ofertas vigentes en las distintas plataformas digitales y sociales.
- Anuncios cada 3 veces por semana en internet y post a través de las diferentes plataformas sociales.

## **Ejecución y Control de las Tácticas**

- Monitoreo y visualizaciones de las distintas publicaciones en las redes sociales.
- Actualización constante del catálogo de productos.
- Generar mayor contenido para lograr abarcar a más clientes.

## 5. PLAN DE VENTAS

Liste las personas o el número de personas que dentro de su equipo de ventas estará a cargo de cada tarea.

**Administración de ventas:** Karen Jeannette Martínez

**Numero de Vendedores:** 2 vendedores a contratar y Jacqueline Verenise García, los cuales tendrán metas de venta por día.

**Las personas que forman su equipo de ventas, ¿Tienen otras responsabilidades además de ventas?** Los vendedores no solo estarán limitados a vender, sino que también tendrán otras responsabilidades como, por ejemplo, ordenar los productos en el área asignada, entre otras.

**1. ¿Cómo supervisará a su equipo de ventas?** Se realizarán reuniones periódicas, ya sea semanal o mensualmente para conocer si se han cumplido cada uno de los objetivos o metas establecidos.

**2. ¿Cómo entrenará específicamente a su personal de ventas?**

- Capacitación de inducción de la empresa y sobre el manejo de los diferentes procesos a realizar en sala de venta.
- Capacitaciones sobre estrategias de negociación y persuasión.

### 5.1. Ciclo de Ventas

#### 1. Prospección

- a) **¿Cómo identificará a potenciales clientes?:** todos aquellos consumidores que están relacionados tanto al sector de bricolaje, construcción, albañilería que consulten nuestro sitio web, y que muestren interés por algún producto del catálogo ofrecido.

- b) **¿Qué métodos usará usted para determinar los intereses de los clientes?:** precios adecuados al mercado, servicios y entrega a domicilio, productos de excelente calidad y de las distintas marcas, diversidad de formas de pago.

## **2. Contacto con los clientes**

- a) **¿Quién contactará a los potenciales clientes?:** El equipo de venta estará a cargo de las funciones y los distintos tratos con los clientes.
- b) **¿Cuándo serán contactados los potenciales clientes?:** Cuando el cliente interactúe con el chatbot, o específicamente necesite de nuestra ayuda.
- c) **¿Quién contactará a los clientes actuales?:** El personal del área de ventas, los cual tendrán ya generada una cartera de clientes que le permita darle seguimiento a los procesos de compra.

## **3. Reunión o Presentación**

- a) **¿Cuántas llamadas deberán hacer cada vendedor?:** No hay límite de llamadas que un asesor de venta pueda tener, para poder dar los respectivos seguimientos a su cartera de clientes.
- b) **¿A quién se le reportará la información sobre potenciales y actuales clientes?:** Al gerente de Ventas se le entregara todos los reportes sobre los clientes potenciales como también a los que ya forman parte de la cartera de DIFERREMAGA.

## **4. Manejo de objeciones**

- a) **¿Cómo se manejarán las objeciones para los clientes?** deberán de ser resueltas con seguridad por parte de los asesores de venta. Si el inconveniente se sale de control y no puede ser resuelto con el vendedor será escalado con el Gerente de Ventas.

**Las Objeciones se pueden manejar de la siguiente manera:**

Siendo sinceros con los clientes, aceptar las objeciones de la mejor manera y buscar una opción genuina, para el inconveniente con el cliente. Lo que permite al consumidor expresar sus inquietudes y cuáles son las opciones que como empresa le brindaríamos al momento de una objeción ya sea por devolución, daño o defecto de fábrica.

**Campaña Publicitaria En Redes**

- Nombre de la campaña: *“Tu ferretería más fácil”*
- Duración: Una semana

**Objetivo General:**
















Dar a conocer los productos y servicios de DIFERREMAGA, en nuestras redes sociales, durante la semana del 11 al 17 de octubre.

**Objetivo Específicos:**

- Brindar información general de DIFERREMAGA y de contacto.
- Informar sobre la forma para comprar o pagar en DIFERREMAGA.

En el siguiente esquema se detallará como se llevará el proceso de la campaña publicitaria en las distintas plataformas digitales:

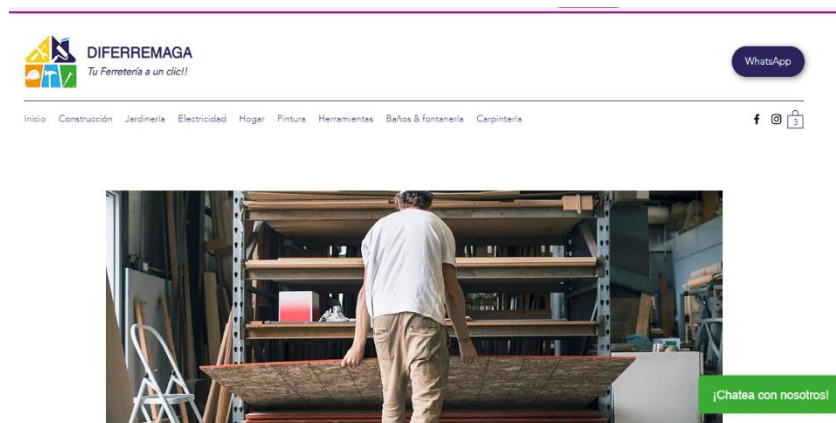
## Programación de Campaña Publicitaria de DIFERREMAGA

OCTUBRE 2021							
ACTIVIDAD	11	12	13	14	15	16	17
PUBLICACION DE POST (Horario 8:00pm)							
PUBLICACION DE HISTORIAS (7:00am) (12:00M) (09:00pm)							
							
PUBLICACION DE POST FIJOS (Hora 9:00pm)							

**Figura 9:** Programación de Campaña Publicitaria de DIFERREMAGA

**Fuente:** Elaborado por el grupo de trabajo.

## SITIO WEB DE DIFERREMAGA



**Figura 10:** Sitio Web de DIFERREMAGA

**Fuente:** Elaborado por el grupo de trabajo.

A continuación, se presenta las diferentes artes publicitarias en Facebook, Instagram y WhatsApp Business. Publicaciones y contenido relevantes para poder estar a la vanguardia en tendencias electrónicas, como empresa el invertir en Facebook y artes adecuadas nos permite llegar a más público objetivo y nos abre la posibilidad de poder mover más inventario a través de la puesta en marcha de canales de comunicación y de ventas que lo exige el comercio en el mercado ferretero y de construcción.

La figura 11 es uno de los artes a utilizar para poder publicitar en Facebook, lo cual nos permite promocionar un producto de la categoría de pinturas:



**Figura 11:** Arte Utilizado para Facebook de DIFERREMAGA

**Fuente:** Elaborado por el grupo de trabajo

DIFERREMAGA le apuesta a estar actualizados y comunicados por la demanda constante del mercado y la necesidad de tener presencia como empresa de acorde a las exigencias actuales. El arte presentado en Instagram como lo demuestra la imagen 12, hace referencia a la importancia de ser la primera opción cuando se trata de la búsqueda de materiales para construcción.



**Figura 12:** Arte Utilizado para Instagram de DIFERREMAGA

**Fuente:** Elaborado por el grupo de trabajo.



Como último arte se presenta la imagen 13 alusiva a herramientas que normalmente los clientes buscan en ferreterías, dándole crédito a la publicidad para poder ofertar no solo este tipo de herramientas sino la diversidad de inventario disponible en DIFERREMAGA.



**Figura 13:** Arte Utilizado para WhatsApp de DIFERREMAGA

**Fuente:** Elaborado por el grupo de trabajo.

A continuación, presentamos el detalle de cada uno de los requerimientos financieros para poder detallar el costo de los productos más rotados en la categoría Construcción. Y las distintas proyecciones de venta dadas para cada mes y por año, el cual nos dará un parámetro de lo que necesitaremos para invertir cada mes, así como los distintos insumos, maquinaria y adecuación del local que necesitaremos para financiar nuestro emprendimiento. Los análisis de rentabilidad, el punto de equilibrio, y los distintos costos en el que se incurrirán.

## 5.2. Proyección de Ventas

Se presenta la planificación de ventas que se generaran durante el primer año de operación de la empresa, se ha considerado la estacionalidad de acuerdo con el giro de la empresa y el crecimiento previsto en la puesta en marcha.

**Tabla 11**

*Proyección de Ventas en Unidades de DIFERREMAGA Año 1*

Producto	Valor unitario	Unidad de Medida	Proyecciones de Venta en Unidades												Total
			Año 1												
			Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Me 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Cemento F	\$ 9.25	Bolsa	20	30	40	50	60	80	80	90	100	110	120	125	905
Cemento C	\$ 8.50	Bolsa	25	30	35	40	45	60	55	60	65	70	75	80	640
Hierro 3/8	\$ 58.00	Quintal	15	20	25	20	25	40	35	25	27	30	33	36	331
Hierro ½	\$ 62.00	Quintal	18	20	22	24	30	35	35	30	34	35	35	36	354
Hierro ¼	\$ 60.00	Quintal	20	22	25	26	30	35	40	30	30	30	33	36	357
Bloque 15"	\$ 75.00	Ciento	50	60	65	70	60	65	65	60	55	60	65	70	745
Bloque 10"	\$ 60.00	Ciento	80	85	90	85	90	95	80	85	70	65	70	75	970
Tubo Gal.	\$ 95.00	Unidad	15	20	15	15	25	30	30	27	25	30	25	30	287
Lamina#26	\$ 106.80	Docena	20	25	30	30	30	35	30	35	30	35	36	39	375
Escobas	\$ 2.00	Unidad	15	20	25	20	30	35	30	30	20	20	25	25	295

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo.

Las proyecciones de venta en unidades las basamos en un estimado de lo que se podría vender en cada uno de los meses del año, son productos que tienen mayor rotación en el negocio, permitiendo conocer lo que se debe de invertir en mercaderías para que DIFERREMAGA pueda iniciar sus operaciones laborales.

En la siguiente tabla presentaremos las proyecciones de ventas para el año 2, 3, 4 y 5to de DIFERREMAGA.

**Tabla 12**

*Proyecciones de Venta en Unidades de DIFERREMAGA Año 2,3,4 y5.*

Producto	Valor unitario	Unidad de medida	Proyecciones de Ventas en Unidades								Año 4	Año 5
			Año 2				Año 3					
			Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4		
Cemento F.	\$ 9.25	Bolsa	232	237	243	249	256	262	269	275	1168	1285
Cemento C.	\$ 8.50	Bolsa	164	168	172	177	181	186	190	195	827	910
Hierro 3/8	\$ 58.00	Quintal	85	87	89	92	94	96	99	101	429	472
Hierro ½	\$ 62.00	Quintal	91	94	96	98	101	103	106	108	460	506
Hierro ¼	\$ 60.00	Quintal	91	94	96	98	101	103	106	108	460	506
Bloque 15"	\$ 75.00	Ciento	191	195	200	205	210	216	221	227	961	1057
Bloque 10"	\$ 60.00	Ciento	249	255	262	268	275	282	289	296	1256	1381
Tuvo Gal.	\$ 95.00	Unidad	74	76	78	79	81	83	86	88	372	409
Lamina #26	\$ 106.80	Docena	96	99	101	104	106	109	112	115	486	534
Escobas	\$ 1.30	Unidad	76	78	80	82	84	86	88	90	382	421

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo.

Las proyecciones de ventas son un cálculo que como empresa nos proyectamos vender en los siguientes años de operación de DIFERREMAGA, las estimaciones nos servirán para saber cuánto invertir en cada uno de los meses o años de los distintos productos del área de construcción. Cada trimestre de operaciones de la empresa se le calculó un 2.5% de aumento en ventas, obteniendo un total del 10% anual. Los datos presentados son trimestrales hasta el tercer año, el quinto año son estimados anualmente.

**Tabla 13**

*Proyecciones de Venta de DIFERREMAGA Para un año de Operaciones.*

Producto	Valor unitario	Unidad de medida	Año 1 Ventas (\$)												Total
			Meses												
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Cemento F.	\$ 9.25	Bolsa	\$ 185.00	\$ 277.50	\$ 370.00	\$ 462.50	\$ 555.00	\$ 740.00	\$ 740.00	\$ 832.50	\$ 925.00	\$1,017.50	\$1,110.00	\$1,156.25	\$8,371.25
Cemento C.	\$ 8.50	Bolsa	\$ 212.50	\$ 255.00	\$ 297.50	\$ 340.00	\$ 382.50	\$ 510.00	\$ 467.50	\$ 510.00	\$ 552.50	\$ 595.00	\$ 637.50	\$ 680.00	\$5,440.00
Hierro 3/8	\$ 58.00	Quintal	\$ 870.00	\$1,160.00	\$1,450.00	\$1,160.00	\$1,450.00	\$2,320.00	\$2,030.00	\$1,450.00	\$1,566.00	\$1,740.00	\$1,914.00	\$2,088.00	\$19,198.00
Hierro 1/2	\$ 62.00	Quintal	\$1,116.00	\$1,240.00	\$1,364.00	\$1,488.00	\$1,860.00	\$2,170.00	\$2,170.00	\$1,860.00	\$2,108.00	\$2,170.00	\$2,170.00	\$2,232.00	\$21,948.00
Hierro 1/4	\$ 60.00	Quintal	\$1,200.00	\$1,320.00	\$1,500.00	\$1,560.00	\$1,800.00	\$2,100.00	\$2,400.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,980.00	\$2,160.00	\$21,420.00
Bloque 15"	\$ 75.00	Ciento	\$3,750.00	\$4,500.00	\$4,875.00	\$5,250.00	\$4,500.00	\$4,875.00	\$4,875.00	\$4,500.00	\$4,125.00	\$4,500.00	\$4,875.00	\$5,250.00	\$55,875.00
Bloque 10"	\$ 60.00	Ciento	\$4,800.00	\$5,100.00	\$5,400.00	\$5,100.00	\$5,400.00	\$5,700.00	\$4,800.00	\$5,100.00	\$4,200.00	\$3,900.00	\$4,200.00	\$4,500.00	\$58,200.00
Tubo Gal.	\$ 95.00	Unidad	\$1,425.00	\$1,900.00	\$1,425.00	\$1,425.00	\$2,375.00	\$2,850.00	\$2,850.00	\$2,565.00	\$2,375.00	\$2,850.00	\$2,375.00	\$2,850.00	\$27,265.00
Lamina#26	\$ 106.80	Docena	\$2,136.00	\$2,670.00	\$3,204.00	\$3,204.00	\$3,204.00	\$3,738.00	\$3,204.00	\$3,738.00	\$3,204.00	\$3,738.00	\$3,844.80	\$4,165.20	\$40,050.00
Escobas	\$ 2.00	Unidad	\$ 30.00	\$ 40.00	\$ 50.00	\$ 40.00	\$ 60.00	\$ 70.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 590.00
<b>Total, de ventas mensuales</b>			<b>\$15,724.50</b>	<b>\$18,462.50</b>	<b>\$19,935.50</b>	<b>\$20,029.50</b>	<b>\$21,586.50</b>	<b>\$25,073.00</b>	<b>\$23,596.50</b>	<b>\$22,415.50</b>	<b>\$20,895.50</b>	<b>\$22,350.50</b>	<b>\$23,156.30</b>	<b>\$25,131.45</b>	<b>\$15,724.50</b>
<b>Total, de ventas anual</b>															<b>\$258,357.25</b>

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo

**Análisis de la Tabla de Proyecciones de Venta en dólares:** en las proyecciones mensuales se tomó diez productos por ser de mayor demanda en el rubro, estos datos fueron proporcionados por la compañera Verenise García, la cual trabaja en una empresa ferretera. Estos datos son estimados de las ventas que se realizaban cuando la Ferretería Santa Fe comenzó con este rubro. Las ventas que se han proyectado como mínimo para el primer mes son de \$ 15, 724.50. y ventas totales anuales de \$ 258,357.25 estas vienen de la tabla de proyecciones de ventas en unidades. Se recomienda realizar una proyección de ventas para los próximos 4 años de operación de la empresa, calculando las ventas trimestrales del año 2 y 3, así como también las ventas anuales del año 4 y 5.

**Tabla 14**

*Proyección de ventas para los siguientes 4 años de operación de DIFERREMAGA*

Producto	Valor unitario	Unidad	Tabla 12									
			Año 2				Año 3				Año 4	Año 5
			Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4		
Cemento F.	\$ 9.25	Bolsa	\$ 2,196.33	\$ 2,251.24	\$ 2,307.52	\$ 2,365.21	\$ 2,484.95	\$ 2,547.07	\$ 2,610.75	\$ 2,676.02	\$11,634.43	\$13,117.82
Cemento C.	\$ 8.50	Bolsa	\$ 1,428.85	\$ 1,464.57	\$ 1,501.19	\$ 1,538.72	\$ 1,616.61	\$ 1,657.03	\$ 1,698.45	\$ 1,740.91	\$ 7,568.92	\$ 8,533.95
Hierro 3/8	\$ 58.00	Quintal	\$ 5,057.71	\$ 5,184.15	\$ 5,313.76	\$ 5,446.60	\$ 5,722.33	\$ 5,865.39	\$ 6,012.03	\$ 6,162.33	\$26,791.74	\$30,207.69
Hierro ½	\$ 62.00	Quintal	\$ 5,797.35	\$ 5,942.28	\$ 6,090.84	\$ 6,243.11	\$ 6,559.17	\$ 6,723.15	\$ 6,891.23	\$ 7,063.51	\$30,709.77	\$34,625.27
Hierro ¼	\$ 60.00	Quintal	\$ 5,610.34	\$ 5,750.60	\$ 5,894.36	\$ 6,041.72	\$ 6,347.58	\$ 6,506.27	\$ 6,668.93	\$ 6,835.65	\$29,719.13	\$33,508.32
Bloque 15"	\$ 75.00	Ciento	\$ 14,656.22	\$15,022.62	\$ 15,398.19	\$ 15,783.14	\$16,582.17	\$16,996.72	\$17,421.64	\$ 17,857.18	\$77,637.06	\$87,535.79
Bloque 10"	\$ 60.00	Ciento	\$ 15,318.11	\$15,701.07	\$ 16,093.59	\$ 16,495.93	\$17,331.04	\$17,764.31	\$18,208.42	\$ 18,663.63	\$81,143.25	\$91,489.02
Tuvo Gal.	\$ 95.00	Unidad	\$ 7,186.28	\$ 7,365.93	\$ 7,550.08	\$ 7,738.83	\$ 8,130.61	\$ 8,333.88	\$ 8,542.22	\$ 8,755.78	\$38,067.20	\$42,920.77
Lamina #26	\$ 106.80	Docena	\$ 10,547.43	\$10,811.12	\$ 11,081.40	\$ 11,358.43	\$11,933.45	\$12,231.79	\$12,537.59	\$ 12,851.02	\$55,871.97	\$62,995.65
Escobas	\$ 1.30	Unidad	\$ 155.49	\$ 159.38	\$ 163.36	\$ 167.45	\$ 175.93	\$ 180.32	\$ 184.83	\$ 189.45	\$ 823.68	\$ 928.70
<b>Total, de ventas trimestrales</b>			<b>\$ 67,954.11</b>	<b>\$ 69,652.96</b>	<b>\$ 71,394.29</b>	<b>\$ 73,179.14</b>	<b>\$76,883.84</b>	<b>\$78,805.93</b>	<b>\$80,776.08</b>	<b>\$82,795.48</b>	<b>\$359,967.16</b>	<b>\$405,862.97</b>
<b>Total, de ventas anuales</b>				<b>\$282,180.50</b>				<b>\$319,261.34</b>			<b>\$359,967.16</b>	<b>\$405,862.97</b>

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo

#### **Análisis Tabla 14 Proyecciones de Venta Trimestrales para los años 2 y 3 y para el año 4 y 5 anualmente:**

Se puede observar que en cuanto a las ventas trimestrales se proyectó aumentar un porcentaje del 2.5% para cada trimestre, haciendo un total de un 10% de aumento en ventas en el año correspondiente. Lo que le permite a la empresa conocer el porcentaje de ventas proyectadas para los años 4 y cinco. El porcentaje de aumento del 10% es para cada año.

**Nota:** Para determinar la cantidad a vender, de la muestra de productos de alta rotación presentados tanto en tabla 7 y 8, se tomó en cuenta la experiencia de Verenise García, ya que ella conoce bastante del sector y de las cantidades proporcionales a vender mensualmente, como también los precios del mercado vigentes en el sector ferretero. Es decir, conoce el coste de cada producto y cuál es el precio vigente para poder venderlo, con estos datos podemos calcular el margen de ganancia por cada producto presentado.

**Comente cómo han sido estimadas sus ventas, en qué información están basadas y a qué fuentes de información recurrió:**

Las ventas han sido estimadas en base a precio vigente de mercado, adecuado a las variaciones que constantemente el sector tiene, se multiplicó el precio por las cantidades o unidades a vender mensualmente para el primer año, para lograr estipular cada mes el ingreso de estas ventas, totalizando en el año 1 de DIFERREMAGA la cantidad de \$258,357.00 pero a esto hay que también restarle los costos y gastos incurridos en el negocio.

Para los años 2, 3, el cálculo se ha realizado trimestralmente, y luego para el año 4 y 5, las ventas han sido estimadas anualmente.

Con estos datos tenemos un parámetro o visualización de la rentabilidad que el negocio o empresa pueda tener en cada uno de los años presentados en el proyecto. Además, nos permite conocer también cuanto es la inversión que se debe de requerir en el primer año de operaciones de DIFERREMAGA, cuanta ganancia se espera obtener.

## 6. PLAN FINANCIERO

En el plan financiero de DIFERREMAGA se busca visualizar de la manera más efectiva los diferentes escenarios y acciones que como empresa se deberán de tomar en cuenta para poder predecir resultados financieros esperados.

### 6.1. Plan de Inversión.

Presupuesto de Equipo y Herramientas, Materiales de construcción (adecuación del local)

**Tabla 15**

*Equipo y Herramientas Necesarios a Invertir en DIFERREMAGA*

	Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Lugar de Compra	
Equipos y Herramientas	Escritorios	Metros	3	\$ 89.00	\$ 267.00	EPPA	
	Sillas de Oficina	Centímetros	3	\$ 79.00	\$ 237.00	EPPA	
	Impresora	Pulgadas	1	\$ 499.00	\$ 499.00	PRICEMART	
	Caja Registradora	Pulgadas	1	\$ 249.99	\$ 249.99	PRICEMART	
	Teléfono Fijo	Centímetros	1	\$ 20.00	\$ 20.00	RADIOSHACK	
	Computadora	Pulgadas	1	\$ 400.00	\$ 400.00	OFFIDEPORT	
	Laptop	Pulgadas	1	\$ 700.00	\$ 700.00	OFFIDEPORT	
	Otros			\$ 75.00	\$ 75.00		
	<b>SUBTOTALS</b>					<b>\$2,447.99</b>	
Vehículos							
	<b>SUBTOTAL</b>						
Materiales de Construcción (adecuación)	Estantes	Metros	4	\$ 700.00	\$ 700.00	STANTER	
	Góndolas	Metros	2	\$ 400.00	\$ 400.00	VILLA EL SALVADOR	
	<b>SUBTOTAL</b>					<b>\$ 1100.00</b>	
Productos						<b>\$ 20,000</b>	
<b>TOTAL, DE: EQUIPO Y HERRAMIENTAS, MATERIALES E INSUMOS INICIALES Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN</b>					<b>\$23,547.99</b>		

*Nota:* la tabla contiene el equipo que DIFERREMAGA necesita para poder alquilar la bodega o la Warehouse.

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo

## Plan de inversión capital de trabajo. Según requerimientos del giro del negocio

**Tabla 16**

*Inversión de Capital de Trabajo para DIFERREMAGA*

Descripción	Cantidad (meses)	Monto gastado mensual	Gasto Total
<b>Alquiler de local</b>			
Alquiler de Bodega	12	\$ 350.00	\$ 4200.00
<b>Servicios Básicos</b>			
Agua	12	\$ 30.00	\$ 360.00
Electricidad	12	\$ 30.00	\$ 360.00
Comunicaciones	12	\$ 35.00	\$ 420.00
<b>Salario</b>			
Salario	12	\$ 2,460.00	\$ 29,520.00
Prestaciones	12	\$ 227.55	\$ 2,730.60
Pasajes y Viáticos	12	\$ 30.00	\$ 360.00
<b>Promoción y Publicidad</b>			
Redes Sociales	12	\$ 30.00	\$ 360.00
<b>Otros</b>			
Útiles de Oficina	12	\$ 30.00	\$ 360.00
Transporte	12	\$ 35.00	\$ 420.00
Escritura de Constitución		\$ 300.00	
Capital Social		\$ 100.00	
Sistema Contable		\$ 1,000.00	
<b>TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>\$ 4,627.55</b>	<b>\$ 39,090.60</b>

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo

**Tabla 17**

*Total de la Inversión.*

<b>INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO</b>	
Equipo y Herramientas Necesarios a Invertir en DIFERREMAGA) +	\$ 23,547.99
Inversión en capital de trabajo.	\$ 4,627.55
	<b>\$ 28,175.54</b>

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo.

En la tabla 15 se detalla en cantidad monetaria que se necesita para poder adquirir Equipo y Herramientas necesarias a invertir en DIFERREMAGA, sumándole además La Inversión en Capital para poder tener La Inversión Total del Proyecto.



## 6.2. Estructura de costos

### Costos variables unitarios.

En la siguiente tabla se detallan los costos en los que fueron adquiridos los productos, ya que la empresa DIFERREMAGA, no cuenta con proceso de producción, sino que estos se adquieren directamente de los proveedores.

**Tabla 18**  
*Costos Variables Unitarios de DIFERREMAGA*

Producto o Servicio	Costo Variable Unitario	Margen de Ganancia	Precio de Venta Unitario
Cemento Fuerte	\$ 8.50	\$ 0.75	\$ 9.25
Cemento Cuscatlán	\$ 7.74	\$ 0.75	\$ 8.50
Hierro de 3/8	\$ 53.78	\$ 4.22	\$ 58.00
Hierro de ½	\$ 55.59	\$ 6.41	\$ 62.00
Hierro de ¼	\$ 53.22	\$ 6.78	\$ 60.00
Bloque de 15	\$ 47.00	\$ 28.00	\$ 75.00
Bloque de 10	\$ 36.00	\$ 24.00	\$ 60.00
Tubo Galvanizado	\$ 87.60	\$ 7.40	\$ 95.00
Lámina Galvanizada	\$ 81.36	\$ 25.17	\$ 106.80
Escobas	\$ 1.30	\$ 0.70	\$ 2.00

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo

## 6.3. Flujo de efectivo.

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO PARA EL PRIMER AÑO DE OPERACIONES DE DIFERREMAGA												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Saldo del Periodo Anterior		\$19,194.11	\$ 41,142.65	\$64,573.03	\$ 88,097.97	\$113,189.26	\$141,787.96	\$ 168,901.31	\$ 194,826.57	\$ 219,222.81	\$ 245,082.68	\$271,753.18
Ingresos												
Ingresos Por Ventas	\$15,724.50	\$18,462.50	\$19,935.50	\$20,029.50	\$ 21,586.50	\$ 25,073.00	\$ 23,596.50	\$ 22,415.50	\$ 20,895.50	\$ 22,350.50	\$ 23,156.30	\$ 25,131.45
Otros Ingresos												
<b>Total de Ingresos</b>	<b>\$15,724.50</b>	<b>\$18,462.50</b>	<b>\$ 19,935.50</b>	<b>\$20,029.50</b>	<b>\$ 21,586.50</b>	<b>\$ 25,073.00</b>	<b>\$ 23,596.50</b>	<b>\$ 22,415.50</b>	<b>\$ 20,895.50</b>	<b>\$ 22,350.50</b>	<b>\$ 23,156.30</b>	<b>\$ 25,131.45</b>
Egresos												
Egresos por gastos de Operación	\$ 3,469.61	\$3,486.04	\$ 3,494.88	\$ 3,495.44	\$3,504.79	\$ 3,525.70	\$ 3,516.85	\$ 3,509.76	\$ 3,500.74	\$ 3,509.37	\$ 3,514.20	\$ 3,526.06
Egresos por Gastos de Materia Prima y Mano de Obra												
<b>Total de Egresos</b>	<b>\$ 3,469.61</b>	<b>\$ 3,486.04</b>	<b>\$3,494.88</b>	<b>\$ 3,495.44</b>	<b>\$ 3,504.79</b>	<b>\$ 3,525.70</b>	<b>\$ 3,516.85</b>	<b>\$ 3,509.76</b>	<b>\$ 3,500.74</b>	<b>\$ 3,509.37</b>	<b>\$ 3,514.20</b>	<b>\$ 3,526.06</b>
<b>Flujo de Efectivo Proyectado</b>	<b>\$19,194.11</b>	<b>\$ 41,142.65</b>	<b>\$ 64,573.03</b>	<b>\$ 88,097.97</b>	<b>\$ 113,189.26</b>	<b>\$141,787.96</b>	<b>\$ 168,901.31</b>	<b>\$ 194,826.57</b>	<b>\$ 219,222.81</b>	<b>\$ 245,082.68</b>	<b>\$ 271,753.18</b>	<b>\$300,410.69</b>

*Figura 14:* Flujo de Efectivo Proyectado año 1 de DIFERRREMAGA

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo

#### 6.4. Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.

**Tabla 19**

*Rentabilidad de DIFERREMAGA año 1*

<b>ANALISIS DE LA RENTABILIDAD DATOS DE UN AÑO DE OPERACIONES</b>	
Utilidad de la Empresa	PRODUCTO \$ 14,043.18
Total, de Activos	\$ 26,647.99
<b>Rentabilidad</b>	<b>52.69%</b>

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo

En la tabla 17, podemos mencionar que DIFERREMAGA al final del primer año obtuvo un 52.69% en concepto de beneficio obtenido de la inversión, o lo que esperamos generar de rentabilidad el primer año de operaciones.

**Tabla 20**

*Punto de Equilibrio en Número de Unidades y Montos de DIFERREMAGA*

<b>Productos/Servicios</b>	<b>En unidades Unidades</b>	<b>En Valor (\$)</b>
Categoría: Materiales de Construcción	3,936	\$ 36,408.00

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo

En la tabla 18, detallamos el cálculo del punto de Equilibrio, de las unidades necesarias a vender para no tener ni pérdidas ni ganancias, y visualizar cuanto necesitamos en ingresos como empresa para lograr cubrir los gastos fijos y variables incurridos en el año de operaciones. Nos permite conocer de antemano la cantidad exacta en dinero y unidades para mantenernos a flote.

Con el punto de Equilibrio, iniciamos el proyectarnos cuanto necesitamos en ganancia cada año para que nuestra empresa sea rentable a través del tiempo.

## 6.5. Estado de Resultados proyectado

**Tabla 21**

*Estado de Resultados Proyectado de DIFERREMAGA*

	<b>Total, Año 1</b>
Ingreso por Ventas	\$ 258,357.25
Costo de Bienes Vendidos	\$ 195,043.03
<b>Ganancia Bruta</b>	<b>\$ 63,314.22</b>
Salarios	\$ 29,520.00
Prestaciones	\$ 5,805.60
Alquileres de Locales	\$ 4,200.00
Mantenimiento	\$ 258.36
Seguros	\$ 258.36
Agua, Gas, Electricidad	\$ 720.00
Comunicaciones	\$ 420.00
Útiles de Oficina	\$ 360.00
Promoción y Publicidad	\$ 600.00
Pasajes y Viáticos	\$ 258.36
Transportes	\$ 516.71
Depreciación	\$ 1,952.60
Otros	\$ 258.36
<b>Total, Gastos Generales y de Admón.</b>	<b>\$ 42,053.34</b>
Intereses Pagados	\$ 800.90
Ganancia Gravable (GAI)	\$ 20,460.88
Reserva legal	\$ 400.00
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 20,060.88</b>
Impuesto sobre Renta (30%)	\$ 6,017.7
<b>Ganancia Neta</b>	<b>\$ 14,043.18</b>

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo

Con el cálculo del Estado de Resultados de DIFERREMAGA podemos logrando tener una visión panorámica de cuanto son los ingresos y los gastos que debemos de considerar para que pueda cumplir con las obligaciones en el primer año de operaciones, es decir al margen de ventas de \$258,357.25 le restamos el cálculo del Costo de lo Vendido de \$195,043.03 para obtener una ganancia Bruta de \$63,314.22 seguido a estas cantidades tenemos que restar todos los Gastos Generales y de Administración la Reserva Legal e impuestos, para obtener una Ganancia Neta el primer año de operaciones de \$14,043.18

## 7. PLAN DE TRABAJO

A continuación, se describe en el siguiente cronograma de las actividades necesarias para la puesta en marcha del negocio, considerando permisos, capacitaciones, gestiones de apoyo necesarias para DIFERREMAGA.

**Tabla 22**  
*Plan de Trabajo de DIFERREMAGA*

Numero	Objetivo	Acciones	Responsable	Fecha de inicio	Fecha de fin	Recursos
1	Desarrollo de plataformas digitales de DIFERREMAGA	Creación de las diferentes redes sociales de DIFERREMAGA.	Equipo de Marketing	15 de septiembre de 2021	15 de octubre de 2021	Tecnológico
2	Capacitación de Inducción de la empresa a empleados	Inducción de conocimientos generales de la empresa.	Equipo de RR-HH	A programar	A programar	Humano
3	Implementación de evento online por patrocino de proveedores	Programar en redes evento de regalías proporcionados por proveedores.	Equipo de Marketing	Del 09 de marzo de 2022	Al 16 de marzo de 2022	Tecnológico
4	Desarrollo de investigación de mercado	Investigación de mercados 2 veces al año cuando el negocio este en marcha.	Equipo de Marketing	Del 06 de junio de 2022	A 21 de junio de 2022	Humano
5	Alianzas con empresas de entrega.	Gestionar relaciones comerciales con empresas de Delivery.	Gerente de comercialización	Del 01 de enero de 2022	Indefinido	Humano

**Fuente:** Elaborado por el grupo de trabajo.

**Nota:** alguna de las acciones a realizar falta estipular las fechas, pero se realizarán conforme a lo planeado en tiempos, cuando la empresa empiece operaciones económicas

En la tabla 20 detallamos toda la programación para el primer año de labores de DIFERREMAGA, permitiéndonos así conocer la duración de cada uno de los proyectos que se establecen, y de esa manera lograr un mejor control de las actividades durante el desarrollo de cada uno de los procesos.

## 8. PLAN DE CONTINGENCIA

- **Medidas generales de prevención**

EL Plan de Contingencia que implementará DIFERREMAGA será aplicado para el buen manejo y dirección de situaciones que influyen directamente en las actividades diarias de la Warehouse.

Algunas medidas de prevención que se implementaran y que podemos mencionar esta: el uso adecuado de equipos de protección personal, entre cuales están: zapatos, guantes, gafas de seguridad, uso de mascarillas y orejeras.

**Acciones preventivas:** evitar almacenaje en lugares de alto riesgo, contar con alarmas contra incendios, mantener en óptimas condiciones los montacargas, conocer y respetar el peso máximo de cargas en los distintos estantes industriales, fácil acceso y excelente señalización en el lugar de ubicación de los extintores, señalar las salidas de emergencia

**Acciones en caso de siniestro:** notificar el siniestro a las autoridades respectivas dependiendo del tipo de eventualidad (accidente de trabajo, incendio o robo).

**Manejo de crisis:** en el momento de presentarse una eventualidad o un siniestro en la Warehouse de DIFERREMAGA, lo recomendable de hacer es: conservar la calma y ayudar a las personas a ponerse a salvo, Informar al equipo de seguridad para evaluar y cómo manejar las acciones e implementarlas rápidamente.

**Plan de continuidad:** Manejar un plan de continuidad para poder evitar o reducir las eventualidad o siniestros es indispensable para DIFERREMAGA, ya que nos prepara para poder tomar decisiones correctas y no improvisadas ante situaciones.

1. Realizar reuniones con el encargado del área de seguridad industrial de DIFERREMAGA, para determinar sus necesidades y requerimientos.
2. Obtener y evaluar los riesgos a los cuales están expuestos, en la Warehouse y el inventario.
3. Elaborar un plan de crisis para determinar las acciones a seguir cuando suceda alguna otra eventualidad.

- **Seguridad de los activos**

DIFERREMAGA una microempresa no está exenta de un siniestro o accidente lo cual podría convertirse en una amenaza para sus activos financieros. Por tal razón es bueno asegurar las mercancías, los bienes de la bodega, los trabajadores. Esto conllevara a un tener una inversión en seguros contra siniestros y robos.

- **Plan de acción**

En la siguiente tabla se presenta el detalle de las actividades a realizar durante el 1er año por DIFERREMAGA, en materia de adopción e implementación contra siniestro y eventualidades.

**Tabla 23***Adopción e Implementación contra Siniestro y Eventualidades de DIFERREMAGA*

N°	Actividades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
1	Evaluación de Riesgos	■	■										
2	Creación de un plan de contingencia			■	■								
3	Capacitación en formación de materia preventiva					■	■						
4	Formación de materia preventiva							■	■				
5	Analizar los diferentes motivos de un siniestro									■	■		
6	Adquisición de seguros para DIFERREMAGA											■	■

**Nota:** Las presentes evaluaciones serán aplicadas durante el primer año de labores de DIFERREMAGA

**Fuente:** Elaborado por el grupo de trabajo

En la tabla 23 se detalla el cronograma de Eventualidades o Siniestros que pudieran ocurrir en la empresa DIFERREMAGA, con el objetivo de analizar cuáles son los diferentes riesgos que pueden presentarse dentro de las diferentes áreas o departamentos.

El estar preparado ante una emergencia le brinda a la empresa la ventaja de medir los riesgos, y ejecutar los procedimientos de evacuación, como también accionar ante las atenciones de posibles lesionados.

## Bibliografía

- Acosta Velis, M., Salas Narvaes, L., Jimenez Cercado, M., & Guerra Tejada, A. M. (2018). *LA ADMINISTRACIÓN DE*. Valencia: Editorial Área de Innovación y Desarrollo, S.L. Obtenido de <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/02/La-administracion-de-ventas.pdf>
- BANCO CENTRAL DE RESERVA. (29 de Octubre de 2020). COMUNICADO DE PRENSA NO 30/2020. *COMUNICADO DE PRENSA NO 30/2020*, 2. Obtenido de <https://www.bcr.gob.sv/bcrsite/uploaded/content/category/1251744460.pdf>
- Gallardo, R. (2021 de abril de 2021). Autoconstruccion el negocio ferretero en el primer trimestre de 2021. (J. A. Barrera, Entrevistador)
- Lopienski, K. (15 de Mayo de 2019). *¿Qué es la gestión de almacenes? Cómo aprovechar al máximo un sistema de gestión de almacenes*. Obtenido de *¿Qué es la gestión de almacenes? Cómo aprovechar al máximo un sistema de gestión de almacenes*: <https://www.shipbob.com/blog/warehouse-management/>
- MECALUX. (2021). *Gestión de depósitos*. Obtenido de *Gestión de depósitos*: <https://www.mecalux.com.ar/manual-logistico-almacenaje/deposito/gestion-de-depositos>



## ANEXOS.

### ANEXO 1: Detalle y cálculos de costo variables unitarios y totales.

#### COSTO VARIABLE DE PRODUCTOS ADQUIRIDOS

**Tabla 24**

*Detalle de los Costos de Venta*

NOMBRE PRODUCTO O SERVICIO	Unidad de Medida	Precio Costo Unitario Total	% de Ganancia	Ganancia	Precio de Venta
Cemento Fuerte	Bolsa	\$ 8.50	0.09	\$ 0.75	\$ 9.25
Cemento Cuscatlán	Bolsa	\$ 7.74	0.11	\$ 0.75	\$ 8.50
Hierro de 3/8	Quintal	\$ 53.78	0.08	\$ 4.22	\$ 58.00
Hierro de ½	Quintal	\$ 55.59	0.12	\$ 6.41	\$ 62.00
Hierro de ¼	Quintal	\$ 53.22	0.13	\$ 6.78	\$ 60.00
Bloque de 15	Ciento	\$ 47.00	0.60	\$ 28.00	\$ 75.00
Bloque de 10	Ciento	\$ 36.00	0.28	\$ 24.00	\$ 60.00
Tubo Galvanizado	Unidad	\$ 87.60	0.09	\$ 7.40	\$ 95.00
Lámina Galvanizada	Docena	\$ 81.36	0.30	\$ 25.17	\$106.80
Escobas	Unidad	\$ 1.30	0.60	\$ 0.70	\$ 2.00
<b>Total</b>		<b>\$ 432.10</b>	<b>2.40</b>	<b>\$ 104.18</b>	<b>\$535.75</b>

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo

**Nota:** para calcular el Costo Variable de los Productos Adquiridos en el cuadro 24 se detalla el costo al que se adquiere los productos presentados con alta rotación en la Categoría Construcción, para luego establecer el precio de venta para los clientes o consumidores. Se toma en consideración el precio vigente del mercado ferretero para poder estimar el precio de venta de cada uno, y de esta manera poder estimar el porcentaje de ganancia y la cantidad en dólares que representa este aumento.

## CÁLCULO DE COSTO DE MANO DE OBRA

**NOTA:** El cálculo de mano de obra, ha sido elaborados en base a los costos que se incurrirán dentro de la Warehouse (bodega), como lo son los salarios de empleados. No hay costos de mano de Obra, porque no se emplea ningún costo para la elaboración de los productos, ya que estos son comprados directamente a los proveedores del rubro de ferretería.

**Tabla 25**  
*Costo de Salarios de DIFERREMAGA*

Descripción del Tipo de Personal	Descripción del Tipo de Salario por periodo	Número de Personas	Total, Salarios Mensuales
vendedor	\$ 365.00	1	\$ 365.00
Community Manager	\$ 365.00	1	\$ 365.00
Encargado de bodega	\$ 365.00	1	\$ 365.00
Gerente General	\$ 200.00	1	\$ 200.00
Mercadeo y Ventas	\$ 400.00	1	\$ 400.00
Contador	\$ 400.00	1	\$ 400.00
Honorarios	\$ 365.00	1	\$ 365.00
Encargado de Producción	A contratar	1	A contratar
Gerente de RR – HH	A contratar	1	A contratar
Encargado de Administración	A contratar	1	A contratar
<b>Total, de Salarios Mensuales</b>		<b>10</b>	<b>\$ 2,460.00</b>

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo

Detallamos en la tabla 23 el costo de cada uno de los empleados indispensables para poder operar DIFERREMAGA. Por el momento por ser una empresa pequeña no contamos con la capacidad económica para poder contratar a todo el personal requerido, pero se ha tomado en cuenta al personal indispensable en puestos claves dentro de la estructura organizativa de la empresa.

Las plazas por contratar se incluirán después del primer año de labores de DIFERREMAGA, ya que la empresa contaría con un margen de utilidad para poder emplear más personal de labores, y de esta forma cubrir los puestos faltantes en cada departamento que lo requiera.

## ANEXO 2: Detalle de cálculos de costos fijos totales.

### COSTOS FIJOS TOTALES

En la siguiente tabla se detallarán cada uno de los costos fijos que incurrirá la empresa DIFERREMAGA, y los cálculos se han realizado en base a un periodo mensual, obteniendo así un valor total trimestral, de todos los gastos que se incurrirán en esos periodos.

**Tabla 26**

*Costos fijos Totales de DIFERREMAGA*

DESCRIPCIÓN	VALORES MENSUALES			TOTAL, VALOR TRIMESTRAL
	MES 1	MES 2	MES 3	
Alquiler	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 1,050.00
Agua potable y Electricidad	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 180.00
Salarios	\$ 2,460.00	\$ 2,460.00	\$ 2,460.00	\$ 7,460.3
Comunicaciones (teléfono)	\$ 35.00	\$ 35.00	\$ 35.00	\$ 105.00
Tarjetas de presentación	\$ 15.72	\$ 18.46	\$ 19.94	\$ 54.12
Transporte	\$ 15.72	\$ 18.46	\$ 19.94	\$ 54.12
Seguros	\$ 15.72	\$ 18.46	\$ 19.94	\$ 54.12
<b>Total, Costos Fijos</b>	<b>\$ 2,952.16</b>	<b>\$ 2,952.16</b>	<b>\$ 2,952.16</b>	<b>\$ 8,957.36</b>

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo

## ANEXO 3: Costo(s) Unitario(s)

**Tabla 27**

*Costos Unitarios de DIFERREMAGA*

PRODUCTO O SERVICIO	Costos de Salarios	Costo Fijo unitario	COSTO TOTAL UNITARIO
<b>Categoría Construcción</b>	<b>\$ 2,460.00</b>	<b>\$ 2,952.16</b>	<b>\$ 5,412.16</b>

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo

Para calcular Los Costos Unitarios de DIFERREMAGA se tomaron en cuenta las tablas No 23 y No 24. Es la suma los costos fijos (tabla 23) salarios, alquiler, seguros = \$2460.00 y la suma de la tabla 24 = \$2,952.00 dando, así como resultado el monto total de \$5,412.16 que es El Costo Total Unitario.

## ANEXO 4: Cálculo del punto de equilibrio.

### Punto de equilibrio expresado en unidades (PE)

**Tabla 28**

*Punto de equilibrio expresado en unidades (PE) de DIFERREMAGA*

Costo Fijo Total <b>Cft</b>	\$	<b>2,952.16</b>
Precio de venta <b>Pct.</b>	\$	9.25
Costo variable unitario <b>Cvu</b>	\$	8.50

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo

$$PE = \frac{\$2,952.16 \text{ (Cft)}}{\$9.25 \text{ (Pvt)} - \$8.50 \text{ (Cvu)}}$$

**Punto de equilibrio en Unidades:** 3,936 Unidades son las unidades que se deben alcanzar para obtener un punto de equilibrio para DIFERREMAGA mensualmente.

### Punto de equilibrio en unidades monetarias (Y):

$$Y = \text{Precio de venta} \times \text{Punto de equilibrio en unidades}$$

En la siguiente tabla se detallará el punto de equilibrio en dólares, y de cuanto es el monto por obtener:

**Tabla 29**

*Unidades Monetarias Punto de Equilibrio de FERRETERIA DIFERREMAGA*

Precio de venta <b>Pvt</b>	<b>\$ 9.25</b>
Punto de equilibrio en unidades de producto <b>PE</b>	<b>3,936</b>

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo

Punto de equilibrio en Unidades Monetarias: **\$36,408.00**

**Nota:** El punto de equilibrio en monetario es de \$ 36,408.00 es la cantidad mínima necesaria para no generar pérdida mensualmente.

## ANEXO 5: Cotizaciones del presupuesto de DIFERREMAGA.

**DIAGROSAFE, S.A. de C.V.**  
**DIAGROSAFE, S.A DE C.V.**  
 DISTRIBUIDORA AGROPECUARIA Y FERRETERIA SANTA FE, S.A DE C.V.  
 VENTA DE PRODUCTOS PARA USO AGROPECUARIO Y EL SECTOR FERRETERO

Quetzaltepeque, 25 de Septiembre de 2021

Señores:  
 Empresa DIFERREMAGA S.A. de C.V.

Presente

Seta: Jacqueline Veronise Gonzalez Garcia  
 Estimada Señoría:

Rachita un cordial y afectuoso saludo. Así mismo aprovechamos la oportunidad para desearle éxitos en sus labores. A la vez le presentamos la siguiente cotización:

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Bolsas de Cemento Holcim Puerto	300	\$ 8.50	\$ 2,550.00
Bolsas de Cemento Coscatlán	200	\$ 7.74	\$ 1,548.00
QQ de Hierro de 3/8 Corrugado CORINCA	50	\$ 53.78	\$ 2,689.00
QQ de Hierro de 1/2 Corrugado CORINCA	30	\$ 55.59	\$ 1,667.70
QQ de Hierro de 1/4 Liso CORINCA	35	\$ 53.22	\$ 1,862.70
Docena de Lamina Acanalada Calibre #26	50	\$ 81.50	\$ 4,075.00
Escobas Marca Kika Unidad	10	\$ 1.30	\$ 13.00
Bloque de Cemento Medida 10x20x40	1000	\$ 0.33	\$ 330.00
Bloque de Cemento Medida 15 15x20x40	1500	\$ 0.42	\$ 630.00
Bloque de Cemento Medida 20 20x20x40	1500	\$ 0.53	\$ 795.00
Codos de 1/2 PVC	25	\$ 0.20	\$ 5.00
Tubo Galvanizado de 2" Pulgadas Redondeo Chapa 14	5	\$ 87.60	\$ 438.00
Tierra de Poda para Jardineria Marca IMACASSA	25	\$ 6.70	\$ 167.50
Tee de 1/2 PVC Unidad	35	\$ 0.12	\$ 4.20
Codo Liso PVC de 1/2	35	\$ 0.15	\$ 5.25

3<sup>o</sup> Calle Poniente. N° 31 8<sup>o</sup> El Guayabal, Quetzaltepeque, La Libertad  
 Tel. 7399.8535 y 7743.7117  
 e-mail: [diagrosafe@hotmail.com](mailto:diagrosafe@hotmail.com)

**DIAGROSAFE, S.A. de C.V.**  
**DIAGROSAFE, S.A DE C.V.**  
 DISTRIBUIDORA AGROPECUARIA Y FERRETERIA SANTA FE, S.A DE C.V.  
 VENTA DE PRODUCTOS PARA USO AGROPECUARIO Y EL SECTOR FERRETERO

Martillo Mando de Mado. Una Curva 16 Onzas	55	\$ 3.95	\$ 217.25
Tabla de Pino 4 Varas	20	\$ 10.60	\$ 212.00
Cuartón de Pino 4 Varas	20	\$ 7.40	\$ 148.00
Regla Pacha de 4 Varas	20	\$ 3.20	\$ 64.00
Spray en Aerosol Blanco, negro, rojo, azul, anaranjado, verde, amarillo.	100	\$ 1.35	\$ 135.00
Sombrilla para lamina de 2 lineas	300	\$ 0.11	\$ 33.00
Alicate	35	\$ 3.95	\$ 138.25
Cinta Métrica de 8 mts	35	\$ 3.56	\$ 124.60
Bolsas Plásticas 34x50 Paquete 5 unidades	100	\$ 1.00	\$ 100.00
Basureros de Plástico	75	\$ 4.15	\$ 311.25
Foco 15w Ahorrador	60	\$ 1.85	\$ 111.00
Cinta Aislante Negra N.º 33 18 mm	30	\$ 0.65	\$ 19.50
Brecha Corda Simétrica de 3"	40	\$ 0.95	\$ 38.00
Sabichica Sika Flex 1.A de 0.70 Kg	50	\$ 10.50	\$ 525.00
Rollito de Alambre de Amarro N°16 QQ	9	\$ 69.00	\$ 621.00
Lija para Hierro 120	75	\$ 0.35	\$ 26.25
Serrucho para Carpintero 20"	40	\$ 3.85	\$ 154.00
Ventosa para maderos	80	\$ 1.70	\$ 136.00
Chorro para manguera de Latón de 1/2	48	\$ 2.20	\$ 105.60
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 20,000.00</b>

Todos los precios de los productos ya incluyen IVA

En espera de poder servirles como se merece. -

Ahorramos

Atentamente  
 Identificación: María Ester Castellanos,  
 Gerente del Departamento de Ventas.

3<sup>o</sup> Calle Poniente. N° 31 8<sup>o</sup> El Guayabal, Quetzaltepeque, La Libertad  
 Tel. 2399-8535 y 7743-2117  
 e-mail: [diagrosafe@hotmail.com](mailto:diagrosafe@hotmail.com)

**Figura 15:** Cotización de Mercadería Requerida por DIFERREMAGA.

Fuente: Cotización proporcionada por proveedor.

### Cuadro resumen de proveedores consultados:

**Tabla 30**

*Proveedores consultados para Equipo, Herramientas, Insumo Inicial y Materiales de Construcción.*

Nombre del Proveedor	Tipo / Giro	Dirección y Teléfono	Nombre del vendedor o contacto
PRICEMART	Venta en supermercados	Blvd. Tutunichapas Urb. Siglo XXI, Lote #1 San Salvador, El Salvador 2246-7400	Internet
OFFICE DEPORT	Suministros de oficina	Avenida Norte y Alameda Juan Pablo II, El Salvador/ 2260 4049	Internet
EPPA	Ferretería y Almacén	Dirección: Blvd de Los Próceres y Calle 1, Col. San Francisco. 2536-4400	Internet
RADIOSHACK	Venta de electrónicos	Metrocentro San Salvador 4ta etapa/ 2509-1133	Internet

Fuente: Elaborado por el grupo de trabajo

## ANEXO 6: Detalle de Pasarela de Pago de DIFERREMAGA

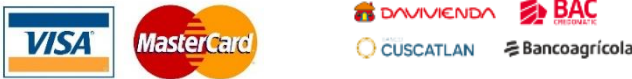

Para poder realizar el pago de los productos que el cliente requiere, por el momento DIFERREMAGA, solo cuenta con la modalidad en Efectivo y Contra entrega.

En el desarrollo de la 2da etapa del proyecto se está presentando las diferentes opciones de pago, para que el cliente tenga diferentes ofertas para poder realizar dicho cargo.

Entre las opciones de pago a implementar están:

**Tabla 31**  
*Pasarela de Pagos de DIFERREMAGA*

---

		
<b>Ingresar:</b> Nombre del Titular de la Tarjeta	Seleccionar: El Banco de tu Preferencia	Para realizar las compras y efectuar el pago a través del método PayPal deber de introducir:
Ingreso del Número de Tarjeta (sin espacios ni guiones)	Efectuar: La operación de Pago ya sea con tarjeta de Crédito o Débito. Preferencias de pago hasta 12 cuotas sin intereses.	Email y contraseña
<b>Seleccionar:</b> Mes y Año que vence la tarjeta.	Banco Agrícola, Davivienda, Cuscatlán y BAC	
Ingrese el Código de Verificación	Credomatic	

---

*Fuente:* Elaborado por el grupo de trabajo

*Referenciado de:* Pasarela de pagos de Vidri El Salvador.

Se aclara que no se aceptan modalidades de pago como Cheques, Letras de Cambio.