



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

“Creación de la empresa Sainnox de México, SRL de CV.”

TRABAJO: MONOGRAFICO
Para obtener el grado de:
LICENCIADA EN SISTEMAS COMERCIALES

PRESENTA
María Teresa Cortés Santín



Chetumal, Quintana Roo, México, noviembre 2018.



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

“Creación de la empresa Sainnox de México, SRL de CV.”

Presenta: **María Teresa Cortés Santín**

Trabajo Monográfico elaborado bajo supervisión del comité de Asesoría y aprobada como requisito para obtener el grado de:

LICENCIADA EN SISTEMAS COMERCIALES

COMITÉ:

Asesor: _____

Mtro. Eleazar Santiago Galván Saavedra

Asesor: _____

Dr. José Luis Zapata Sánchez

Asesor: _____

Dra. María de Jesús Pérez Hervert



Universidad de
Quintana Roo

Division de Ciencias Sociales y
Económico Administrativas



UNIVERSIDAD DE
QUINTANA ROO
CONTROL ESCOLAR
TITULACIONES

Chetumal, Quintana Roo, México, febrero 2019

AGRADECIMIENTOS

Dentro de la empresa SAINNOX DE MEXICO SRL DE CV (Bioherrajes) me he desempeñado como Gerente General apartir de abril del año 2014 a la fecha.

De lo antes mencionado destaco que esta empresa me ha dado los conocimientos y experiencias necesarios para ser una eficiente servidora en el sector privado. Estos conocimientos y experiencias han sido adquiridos al ser fundadora de la empresa Sainnox, sin olvidar que he recibido las enseñanzas y dirección personalizada del Arq. Efraín Alfonso Santin Mingüer, inversionista quien con paciencia, profesionalismo y valores profundamente arraigados ha aportado lo mejor de sí para que individualmente y en conjunto, como un equipo administrativo, alcancemos los más altos estándares de calidad y precios competitivos en el mercado de la comercialización de herrajes e insumos para la construcción.

Finalmente, deseo expresar que mi desarrollo humano y profesional se ha consolidado a partir del nacimiento de Sainnox, ya que en otros empleos me habían llevado por distintos senderos. En este proyecto encontré el mejor espacio para crecer como persona y como profesional. Es notable que mi carrera profesional está íntimamente relacionada con la creación de Sainnox, ha resultado muy sencillo encontrar los espacios en los que mis conocimientos han podido ser aplicados.

Trabajo comprometido, trabajo eficiente y ampliamente concertado será la fuerza que imprima nuevo vigor al desempeño de excelencia, con convicción e iniciativa para contribuir a la consolidación y preservación de la empresa chetumaleña que es Sainnox de México SRL de CV.

ÍNDICE

Introducción	6
Objetivo General	7
Objetivos Específicos	7
Capítulo I. La Universidad de Quintana Roo.....	8
1.1 Introducción.....	8
1.2 La Licenciatura en Sistemas Comerciales.....	10
1.3 Retos	17
Capítulo II. Marco Contextual Laboral.....	20
2.1 Antecedentes de la empresa Sainnox de México S.R.L de C.V.	20
2.2 Descripción general de la empresa Sainnox de México S.R.L de C.V.	21
2.3 Estructura Orgánica.....	23
2.4 Productos y servicios.....	24
2.5 Desempeño de funciones profesionales.....	33
Capítulo III. Sugerencias y Recomendaciones.....	39
Conclusiones.....	42
Referencias.....	45
...	
Índice de Gráficas	
Gráfica 1. Sainnox (Bioherrajes).....	5
Gráfica 2. Logotipo de la empresa Sainnox.....	25
Gráfica 3. Estructura orgánica de la empresa Sainnox.....	27
Gráfica 4. Tipo de productos ofrecidos por la empresa Sainnox.....	29
Gráfica 5. Imágenes gráficas de los productos comercializados por Sainnox.....	31
Gráfica 6. Tipos de ventas de la empresa Sainnox.....	36

Gráfica 7. Análisis Fortalezas-Debilidades-Oportunidades-Amenzas..... 39

RESUMEN

En el presente trabajo se hace un esbozo del vínculo que existe entre la licenciatura en Sistemas Comerciales y el cargo de Gerente General. Su contenido refleja todos aquellos aspectos que han sido de utilidad para un mejor desempeño laboral aplicados a la empresa Sainnox.

La estructura de esta monografía busca enterar al lector interesado o emprendedor, en el sector privado comercial, el desenvolvimiento profesional y experiencias personales de su autora, considerando que pueden tomar este trabajo como una herramienta de apoyo para proyectos en incubación o desarrollo.

Gráfica 1. Sainnox (Bioherrajes)



Fuente: Propia Ma. Teresa Cortés Santín, Chetumal

I. INTRODUCCIÓN

La Universidad de Quintana Roo (UQROO), es una institución educativa superior enfocada en la formación de aspirantes al crecimiento intelectual y profesional. La tendencia actual de la educación está en constante cambio debido a las exigencias en el desarrollo, de las empresas, de los gobiernos y cada familia e individuo que los conforma y que se desenvuelve en ellos. Es por ello que la UQROO, tiene diferentes divisiones, ofertando carreras que introducen de manera oportuna a los alumnos al entorno de vanguardia profesional que hoy en día vivimos.

Actualmente el objetivo de la UQROO continuará siendo la consolidación de un ambiente de aprendizaje multidisciplinario que facilite la formación integral de estudiantes con una visión humanista y de emprendedores, así como de ciudadanos comprometidos con su comunidad. Continuará siendo, en armonía con su Decreto de Creación, un proyecto educativo y cultural que favorezca el ascenso social en la medida en que promueva el trabajo honesto y comprometido, la equidad, el respeto, la justicia y la igualdad.

Debido a lo antes mencionado, yo alumna egresada de la carrera **Sistemas Comerciales**, perteneciente a la **División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas**. Fundé la empresa denominada SAINNOX DE MEXICO SRL DE CV, la cual es una empresa privada dedicada a la importación, comercialización y distribución de insumos para la construcción. La calidad de los productos, se caracteriza por ser durables y resistentes a la corrosión, para, de esta manera, contribuir de manera responsable y cuidado del medio ambiente, con el desarrollo tecnológico en su fabricación, minimizamos el reemplazo constante de nuestro producto y de esta manera reducimos el impacto en nuestro entorno ambiental con el desecho de los mismos.

II. OBJETIVO GENERAL

Exponer la experiencia laboral obtenida en el área de Gerente General, en el desarrollo de la empresa Sainnox de México SRL de CV, en la ciudad de Chetumal Quintana Roo, así como la aplicación de los conocimientos adquiridos, en la formación profesional académica en la Licenciatura de Sistemas Comerciales, realizada en la universidad de Quintana roo.

III. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un breve análisis descriptivo de la carrera de Sistemas Comerciales en la Universidad de Quintana Roo.
- Describir los antecedentes y la creación empresa Sainnox de México SRL de CV.
- Describir el funcionamiento actual de la empresa y desenvolvimiento de actividades del puesto de Gerente General.

CAPÍTULO I. LA UNIVERIDAD DE QUINTANA ROO

1.1 Introducción

La Universidad de Quintana Roo (UQROO), es una de las instituciones más jóvenes del país, creada el 31 de mayo de 1991 por decreto del Gobernador del Estado de Quintana Roo, Miguel Borge Martín, “Por él se crea la Universidad de Quintana Roo, como organismo descentralizado y de interés público y social del estado de Quintana Roo” (Gobierno del Estado de Quintana Roo, 1991).

La UQROO actualmente cuenta con cuatro unidades académicas distribuidas en Chetumal, Playa del Carmen, Cozumel y Cancún, con las siguientes licenciaturas y posgrados:

Licenciaturas en el Campus Chetumal

División de Ciencias de Ingeniería

- Ingeniería Ambiental
- Ingeniería en Sistemas de Energía
- Ingeniería en Redes
- Manejo de Recursos Naturales

División de Ciencias Políticas y Humanidades

- Gobierno y Gestión Pública
- Humanidades
- Lengua Inglesa
- Relaciones Internacionales

División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas

- Antropología
- Derecho
- Economía y Finanzas
- Seguridad Publica

- Sistemas Comerciales
- Turismo

División de Ciencias de la Salud

- Medicina
- Farmacia
- Enfermería

Posgrados Campus Chetumal.

- Maestrías
 - Planeación
 - Enseñanza de las Matemáticas
 - Economía del Sector Público
 - Antropología Aplicada
 - Ciencias Sociales Aplicadas a los Estudios Regionales
 - Educación
 - Educación Ambiental Mecatrónica

Doctorado

- Geografía

Licenciaturas Campus Cozumel

- Gestión de Servicios Turísticos
- Manejo de Recursos Naturales
- Mercadotecnia y Negocios
- Lengua Inglesa

Posgrados Campus Cozumel

- Maestría Gestión Sustentable del Turismo
- Doctorado en Desarrollo Sostenible

Campus Playa del Carmen

- Gobierno y Gestión Pública
- Administración Hotelera

- Ingeniera Empresarial
- Derecho

Campus Cancún

- Administración Hotelera
- Ingeniería en Redes
- Derecho

La misión de la UQRoo es formar profesionistas comprometidos con el progreso del ser humano, a través de un modelo educativo integral que fomente y desarrolle valores, actitudes y habilidades que les permita integrarse al desarrollo social, económico en un entorno competitivo; generar y aplicar conocimientos innovadores útiles a la sociedad a través de una vigorosa vinculación; preservar los acervos científicos, culturales y naturales; intercambiar conocimientos y recursos con instituciones nacionales e internacionales para aprovechar las oportunidades generadas en el mundo, con la firme intención de contribuir al desarrollo social y económico, así como el fortalecimiento de la cultura de Quintana Roo y México {Universidad de Quintana Roo (UQRoo), 2017}

1.2 La Licenciatura en Sistemas Comerciales

La Universidad de Quintana Roo, primera institución universitaria de carácter estatal, inició cursos para la primera generación en primavera de 1992. Sus trabajos iniciaron con una oferta de ocho licenciaturas, entre ellas la de Sistemas Comerciales.

La Licenciatura en Sistemas Comerciales tiene como objetivo

formar profesionistas con amplio dominio de conocimientos teóricos y de habilidades prácticas en las áreas de desarrollo y gestión empresarial, incluyendo la comercialización de bienes y servicios tanto en los mercados nacionales como los internacionales, de tal manera que su aplicación, bajo un marco de aprovechamiento racional y sustentable de los recursos del medio ambiente y en el contexto de la dinámica de cambio que caracteriza a la sociedad moderna, les permita contribuir al análisis de las necesidades y a la solución de la problemática del desarrollo de las empresas y el comercio de la región convirtiéndose en actores dinámicos del desarrollo económico (UQRoo, 2007, p. 4),

El aspirante a ingresar a la carrera debe contar con las siguientes características o al menos tener un 80 a 90% de los siguientes puntos:

- Vocación y habilidad para el comercio y los negocios
- Disposición para la comunicación y facilidad de palabra
- Interés en la comercialización nacional e internacional
- Debe ser creativo e innovador
- Aptitud de liderazgo
- Gusto por la lectura, redacción y comprensión de textos
- Capacidad de análisis en problemáticas empresariales, económicas, administrativas.
- Interés por desarrollar buenas relaciones humanas
- Facilidad para el razonamiento lógico y numérico para la toma de decisiones estratégicas

La carrera cuenta con una gran gama de materias que abordan en su totalidad el pasado y el presente. Una mezcla de información que lleva al estudiante a analizar desde varios puntos de partida su entorno tanto nacional como internacional, desde diversas perspectivas

(social, política, cultural, económica), como se muestra en la tabla 1, donde está el mapa curricular de la carrera.

Tabla 1. Licenciatura en Sistemas Comerciales. Plan 2007. Mapa Curricular

CICLO 1			
Clave		C	Requisito
AG-151	INGLÉS INTRODUCTORIO	6	
AG-109	MATEMÁTICAS	7	
AG-108	ESCRITURA Y COMPRENSIÓN DE TEXTOS	6	
AD-110	HISTORIA Y CULTURA REGIONAL	6	
ACP-145	ECONOMÍA Y LA EMPRESA	6	
AG-102	REDACCIÓN E INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL	6	
PORTAA-1	PORTUGUÉS INTRODUCTORIO	2	
PITAA-1	ITALIANO INTRODUCTORIO	2	
PMYAA-1	MAYA INTRODUCTORIO	2	
PFRAA-1	FRANCÉS INTRODUCTORIO	2	
AG-101	TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA COMUNICACIÓN	6	
AG-107	LÓGICA	6	
ACP-146	ADMINISTRACIÓN	6	

CICLO 2			
Clave		C	Requisito
AG-152	INGLÉS BÁSICO	6	AG-151
AD-105	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES	6	
AD-107	PROBLEMAS SOCIALES CONTEMPORÁNEOS	6	
PMYAA-2	MAYA BÁSICO	2	
PITAA-2	ITALIANO BÁSICO	2	
PFRAA-2	FRANCÉS BÁSICO	2	
PORTAA-2	PORTUGUÉS BÁSICO	2	
AD-111	INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DEL DERECHO	6	
ACP-102	MATEMÁTICAS I (CÁLCULO Y ECUACIONES)	6	
ACP-107	MICROECONOMÍA	6	
ACP-144	CONTABILIDAD BÁSICA Y ADMINISTRATIVA	6	

CICLO 3			
Clave		C	Requisito
ACPSC-102	CONTABILIDAD DE COSTOS	6	ACP-144
ACPSC-103	MERCADOTECNIA I	6	
ACP-147	DESARROLLO ECONÓMICO REGIONAL	6	
ACP-111	MACROECONOMÍA	6	
ACP-106	MATEMÁTICAS FINANCIERAS	6	
PITAA-3	ITALIANO PRE-INTERMEDIO	2	
PFRAA-3	FRANCÉS PRE-INTERMEDIO	2	
AG-153	INGLÉS PRE-INTERMEDIO	6	AG-152

CICLO 4			
Clave		C	Requisito
ACPSC-128	DERECHO MERCANTIL	6	
ACPSC-129	CONDUCTA DEL CONSUMIDOR	6	ACPSC-103

PITAA-4	ITALIANO INTERMEDIO	2	
PFRAA-4	FRANCÉS INTERMEDIO	2	
ACPSC-133	ESTRATEGIA DE VENTAS	6	
ACPSC-135	RECURSOS HUMANOS	6	
ACP-149	ESTADÍSTICA	6	
AG-154	INGLÉS INTERMEDIO	6	AG-153

CICLO 5

Clave		C	Requisito
ACP-113	COMERCIO INTERNACIONAL I	6	
PITAA-5	ITALIANO POST-INTERMEDIO	2	
PFRAA-5	FRANCÉS POST-INTERMEDIO	2	
ACP-148	FUNCIÓN FINANCIERA Y ANÁLISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	6	ACP-144
ACPSC-104	DERECHO FISCAL	6	
ACPSC-112	SISTEMAS Y LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE	6	ACPSC-103
ACPSC-130	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I	6	ACPSC-103

CICLO 6

Clave		C	Requisito
ACPSC-106	OPERACIONES BANCARIAS Y FINANCIERAS	6	ACP-106
ACPSC-116	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	6	ACPSC-129
ACPSC-131	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II	6	ACPSC-130
ACPSC-132	ESTRATEGIA DE PRODUCTO	6	ACPSC-103
PFRAA-6	FRANCÉS AVANZADO	2	
ACPSC-142	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN I	6	
ACP-114	COMERCIO INTERNACIONAL II	6	ACP-113

CICLO 7

Clave		C	Requisito
AG-111	SEMINARIO DE PROBLEMAS REGIONALES	8	160 Créd.
ACPSC-110	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	6	
ACPSC-136	PROYECTO EMPRESARIAL I	10	50% Créd.
ACPSC-140	OPTATIVA I DE MERCADOTECNIA	6	50% Créd.
ACPSC-143	OPTATIVA I DE ADMINISTRACIÓN	6	50% Créd.
ACPSC-145	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN II	6	50% Créd.

CICLO 8

Clave		C	Requisito
ACPSC-137	ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS	6	
ACPSC-138	PROYECTO EMPRESARIAL II	10	ACPSC-136
ACPSC-139	SEMINARIO DE MERCADOTECNIA	8	ACPSC-103
ACPSC-141	OPTATIVA II DE MERCADOTECNIA	6	50% Créd.
ACPSC-144	OPTATIVA II DE ADMINISTRACIÓN	6	50% Créd.
ACPSC-134	INGLÉS PARA NEGOCIOS	6	AG-154
AG-110	ÉTICA	6	160 Créd.

Fuente: UQRoo, 2007

Los aspectos económicos, políticos y sociales en México han sufrido una gran transformación, ya que está inmerso en un mundo globalizado cuya característica distintiva es su gran dinamismo, que afecta el devenir de las empresas en algunos casos de forma dramática, ello hace que la UQRoo tenga esto claro y por ello justifica la actualización del Plan de Estudios de la Licenciatura en Sistemas Comerciales reconociendo que

El entorno local es ahora afectado y modificado por factores externos que reconfiguran las relaciones comerciales exigiendo enfoques y actitudes profesionales, creativas, ambiciosas, diversas, flexibles e innovadoras, sustentados en la calidad y en la pertinencia que permitan a las generaciones futuras configurar su propio entorno dando respuesta a los retos del desarrollo económico en beneficio de la sociedad (UQRoo, 2007, p. 3).

Asimismo, definen el perfil del egresado de la siguiente forma:

Como Licenciado en Sistemas Comerciales se habrán adquirido los conocimientos y desarrollado las habilidades para cumplir con las siguientes funciones:

- Ser capaz de insertarse en el proceso de desarrollo de sistemas comerciales que permitan ofrecer bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades del consumidor.
- Implementar alternativas de comercialización a través de estrategias de ventas y de negociación que permitan la estabilidad del sistema comercial en beneficio de los actores del mismo y de la sociedad en general.
- Analizar y explorar mercados tanto cuantitativamente en términos de la dimensión de la oferta y la demanda, de su ubicación geográfica así como cualitativamente de acuerdo a la identificación de las preferencias y características de los consumidores en los diversos entornos sociales, culturales y económicos presentes en los mercados.

- Diseñar y desarrollar estrategias de negocios que permitan el desarrollo de bienes y servicios orientados a la satisfacción de necesidades de los consumidores en los mercados regionales, nacionales e internacionales.
- Analizar, diagnosticar y administrar los procesos de gestión de las empresas en cuanto al sistema comercial en que se insertan generando planes y proyectos en las áreas funcionales que permitan un proceso de mejoramiento continuo de su relación con el mercado.
- Desarrollar iniciativas empresariales que basen su competitividad en el manejo de nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (NTIC) científicas y administrativas.
- Desarrollar un claro compromiso con el bienestar de los individuos y de la sociedad.
- Desarrollar iniciativas empresariales tomando en cuenta los principios del desarrollo sustentable, la conservación, manejo y utilización responsable de los recursos naturales, la equidad y el respeto a la diversidad. El egresado de Sistemas Comerciales deberá tener la capacidad de autocrítica, deberá poder desempeñarse en forma honesta en base a principios éticos y valores que le permitan tener una actitud humanista, científica y con responsabilidad social (UQRoo, 2007, p. 5).

El perfil del egresado adquiere, frente los desafíos del mundo actual, un doble componente: por una parte, un trabajo constante de visión empresarial y estrategias de negociación, así mismo por otra parte, una franca apertura hacia relaciones comerciales con otros países desarrollados para lograr obtener bienes y servicios innovadores que cubran las necesidades reales que existen en nuestro país.

Hoy en día es bien sabido que, la principal actividad económica del Estado de Quintana Roo es el turismo, este sector ha crecido de una manera muy importante en la parte norte de nuestro estado. Su participación en el PIB turístico nacional es del 11.3%. La entidad participa con más de la tercera parte de las divisas que por concepto de turismo ingresan al país. El 81 % de los turistas son extranjeros. El principal medio de transporte de los turistas

es la vía aérea, en vuelos fletados con destino a Cancún y Cozumel también es importante el arribo de cruceros turísticos, internacionales que llegan a Cozumel, Playa del Carmen y Cancún y por último la vía terrestre que utilizan los visitantes de Belice que llegan a Chetumal {Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED), 2005}.

De esta manera podemos entender como los indicadores de economía sostenible de nuestro Estado repuntan en el intercambio de bienes y servicios a través del turismo, por medio de las visitas de turistas de diferentes países.

La economía quintanarroense, también está ligada a otros pilares que ayudan a la sociedad a funcionar de forma adecuada, como es el comercio local en nuestro estado, este último viene a sumar a nuestra economía local un punto muy importante.

Actualmente en Chetumal Quintana roo existen por lo regular pequeñas y medianas empresas de propietarios chetumaleños. Los cuales ofrecen diferentes bienes y servicios, algunos enfocados al turismo como actividad principal de nuestra economía, como el sector hotelero, restaurantero, agencias de viajes, rentadoras de autos, así mismo, otros son prestadores de bienes y servicios que ayudan al desarrollo de estas mismas empresas específicas y otros ofrecemos insumos para llevar acabo la prestación de estos bienes y servicios.

La economía en Chetumal, es un comercio difícil de penetrar y sostener, ya que a pesar de lo antes mencionado, nuestra capital se encuentra en el sur del Estado de Quintana Roo y los destinos turísticos más explotados, se encuentran en la parte norte del Estado, lo cual provoca que el efecto del turismo y su explotación nos alcanza muy poco, dejando una economía dependiente en su mayoría de trabajadores en sus diferentes niveles de gobierno, pequeñas y medianas empresas, así como adquisiciones de bienes y servicios del mismo gobierno estatal.

Es por esta razón, que la Licenciatura en Sistemas Comerciales, es la herramienta fundamental, que me ayudó para la creación y desarrollo de la empresa denominada Sainnox de México, S.R.L de C.V, operando bajo el nombre comercial de Bioherrajes.

El conjunto de asignaturas que considero fueron de gran apoyo para la creación este proyecto y su desarrollo son:

- Administración
- Microeconomía
- Macroeconomía
- Contabilidad Básica y Administrativa
- Contabilidad de Costos
- Conducta del Consumidor
- Mercadotecnia I
- Mercadotecnia II
- Estrategia del Producto
- Recursos Humanos
- Comercio Internacional I
- Comercio Internacional II
- Estrategia de Ventas
- Sistemas de Logística de Distribución y Transporte
- Investigación de Mercados I
- Investigación de Mercado II
- Promoción y Publicidad
- Planeación Estratégica
- Proyecto Empresarial I
- Proyecto empresarial II
- Seminario de Mercadotecnia
- Optativa I de Mercadotecnia
- Optativa II de Mercadotecnia
- Optativa I de Administración

- Optativa II de Administración

El proyecto empresarial Sainnox de México no se hubiera materializado sin la aplicación de las siguientes asignaturas:

Investigación de mercados En la investigación de mercados se busca la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo. Se trata, en definitiva, de una potente herramienta, que debe permitir a la empresa obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a los intereses de la compañía. Para poder llevar a buen término un análisis de mercado, fue necesario aplicar diversos conocimientos adquiridos en la Universidad a través de las siguientes materias:

Economía y la Empresa: Aplicada, al análisis en el funcionamiento del sistema económico el cual se apoya en decisiones de mercado el análisis de la Conducta del Consumidor, me ayudo a comprender y evaluar las dimensiones subjetivas que influyen en las conductas de compra y consumo, a elaborar definiciones sistemáticas de lo que vamos a entender por Comportamiento o Conducta del Consumidor, así como las acciones para mejorar, aplicando la psicología las relaciones comerciales, con el fin de cumplir los objetivos de la empresa. Se revisa la conducta, naturaleza del individuo y de los grupos, el liderazgo y problemas sociales entre otros temas.

La filosofía por la destacada importancia que tiene la lógica en la investigación en cada uno de los casos. La estadística y las matemáticas por su aporte fundamental en la cuantificación de los hechos detectados en la investigación.

En proyecto empresarial I y II, ya que los objetivos que se persiguen con la investigación están estrechamente ligados al diseño de una estrategia y al cumplimiento de unos objetivos de venta, precios, productos y distribución. Así mismo la capacidad innovadora, aplicada al desarrollo de nuevos métodos eficaces y diferenciados, en el diseño de soluciones rentables. En la empresa Sainnox de México SRL de CV, la aplicación que hicimos de la

investigación de mercados fue de la siguiente manera. En una reunión con los socios tomaron la decisión que se realizara una muestra como referencia, sin hacer un levantamiento profundo de la información complementaria, sino un test sobre preguntas de interés, ya que un estudio de mercado tomaba más tiempo de lo que se planeaba invertir, de esta manera se decidió conocer la tendencia de compra del consumidor, la cual describo en la siguiente tabla.

TÉCNICAS	INSTRUMENTO CUALITATIVO	OBJETIVO DEL INSTRUMENTO
Entrevista Telefónica	Test	Realizar un diagnóstico con las perspectivas del cliente acerca de la apertura de una tienda de herrajes en la ciudad. Identificar los factores que influyen en la decisión de compra.

Explicando la tabla anterior, por medio de una lista de constructores registrados como activos en la Cámara Mexicana de la Industria y la Construcción (CEMIC), usamos la técnica de realizar una entrevista por teléfono y aplicar un breve test sobre sus compras de herrajes con diseño arquitectónico y su frecuencia.

El resultado de aquella muestra es fueron los siguientes:

- Compras de herrajes foráneas
- Preferencias en uso de herrajes
- Alto precio de los productos y accesibilidad

- Factor tiempo

Después de la revisión de los conceptos y variables analizadas, como resultado de esta pequeña muestra de Investigación de Mercado, la junta directiva tomo la decisión de apertura un punto de venta en la ciudad, con la venta de herrajes para carpintería y cristal templado. De este análisis realizado, en mi opinión nos hubiera ayudado un estudio más profundo, sin embargo la toma de decisiones esta en los inversionistas, por lo cual considero que el éxito va depender de los negocios que se hagan. Revisar cuidadosamente cada acción que, de ahora en adelante, ponga en práctica, son muchos los recursos humanos y financieros que deberá integrar para hacer realidad las metas. Por esta razón es que estamos trabajando desde ahora en los siguientes puntos.

- Reunirse en equipo es el principio
- Mantenerse en equipo es el progreso
- Trabajar en equipo es el ÉXITO

En **Administración** lo aprendido me sirvió para mantener el orden y mejor control en el desarrollo empresarial, conocimiento de teorías de la empresa, manejo de cartera de clientes, rotación de cuentas por cobrar, análisis de saldos por antigüedad de clientes, establecimiento de límites de crédito a clientes y se desarrollan y evalúan estrategias de ventas. Es muy importante el proceso administrativo los temas mencionados ya que sin él no podríamos hablar de la administración como una ciencia, arte o disciplina, sin este no se puede someter las actividades que realizas a una retroalimentación para una constante mejora en cualquier organización.

Esta materia en particular fue una herramienta inicial, que me sirvió para llevar acabo la idea de negocio a un plano aplicable y funcional. La primera función del proceso administrativo la use para establecer los objetivos, plantear los recursos necesarios y desarrollar las actividades que se van a realizar con el fin de poder alcanzar los fines

deseados. Busque crear las condiciones para el desenvolvimiento futuro y coordinado de la empresa, aprovechando los aspectos positivos como la necesidad de los productos, ubicación, variedad de modelos, precios y reduciendo los aspectos negativos, como la competencia, procesos de logística, falta de financiamiento. Fui trabajando en la planificación para lograr una empresa en proyección al futuro. La planificación para esta empresa ha comprendido desde el nivel de ideas, pasando por el diseño de objetivos, metas, estrategias, políticas y programas, hasta los procedimientos. Por lo dicho podemos aseverar que esta primera parte nos ayudó como empresa a la toma de decisiones, ya que incluye la elección de una entre varias alternativas. La segunda función del proceso administrativo es la organización, en ésta etapa hicimos la relación que se establece entre los recursos humanos y los recursos económicos que dispone la empresa para alcanzar los objetivos y metas propuestas en el plan.

En conjunto con la mesa directiva aplicamos del proceso administrativo, organización en el análisis de los medios a disposición (hombre-técnica capital y otros recursos) para buscar alcanzar la productividad, en el servicio y venta de productos para la construcción de calidad. En una forma más práctica nos apoyamos con un organigrama para implementación de una estructura de funciones, vía la determinación de las actividades requeridas para alcanzar las metas de una empresa y de cada una de sus partes; Este agrupamiento de actividades y su asignación respectiva a uno de los miembros de la empresa, como la delegación de autoridad para ejecutarlas, la provisión de los medios para la coordinación horizontal y vertical, relacionando la comunicación con la autoridad dentro de la estructura orgánica, para lograr el buen funcionamiento de la compañía. Lógicamente en Sainnox aun somos pocos integrantes y las actividades delegadas son aún mayor de las funciones correspondientes, sin embargo, hay empresas en que el propietario hace todo, ejecuta todas las funciones, no hay delegación de autoridad. Este ejercicio de análisis nos ayudó a identificar los puestos claves para que la empresa puede iniciar un crecimiento prospero.

En la función de Dirección, el Arq. Efraín Alfonso Santin Mingüer está en la posición jerárquica más alta de la compañía. El reto que tiene es que los subordinados sean debidamente orientados, así como su continua responsabilidad para hacerles conocer sus

diferencias y orientarles para el mejor desenvolvimiento y cumplimiento de sus tareas, a la vez para motivarlo a trabajar con celo y confianza. Para esto el superior hará uso de sus métodos específicos, con la tónica de liderazgo.

En esta etapa hemos implementado reuniones mensuales para asignación de tareas generales y reuniones semanales para las actividades específicas y su seguimiento, en este sentido práctico hemos realizado la función de ejecución, por medio de las reuniones incluyendo a los miembros de la organización para que con ideas, propuestas y opiniones alcancemos los objetivos, que en este caso planteo como Gerente o el Directivo según se desea, o se quieren lograr; la ejecución del plan es supervisado y bajo la dirección de una autoridad suprema, que en este caso lo cumple el Arq. Santin.

En el reto de Dirección me encuentro muy cercana, al Arq. Alfonso Santin, en lo cual encontré que conducir y orientar al grupo humano hacia el logro de sus objetivos, no es una tarea fácil, sin embargo, observo que en la acción o actuar, en el desarrollo de los planes surgen nuevas gestiones, modificaciones, aporte, imaginación, iniciativa, criterio direccional para poder tomar decisiones más acertadas. De esta forma ir extendiendo las vertientes del mismo negocio para alcanzar los objetivos.

En el proceso administrativo cuando hablamos de control nos referimos a la evaluación y corrección de las actividades del que hacer de los subordinados, para asegurarse de lo que se realiza va de acorde a los planes. Así mismo en las reuniones semanales antes mencionadas nos sirve para medir el desempeño en relación con las metas, en este proceso detectamos las desviaciones negativas y se plantean las correcciones correspondientes en perspectiva de cumplir con los planes; en la experiencia por parte del Director se analizan instrumentos de control, tal como el presupuesto para gastos controlables, los registros de inspección para verificar y comprobar el objetivo trazado. En síntesis tratamos que la comprobación o verificación de los resultados, sean contrastados con lo que se planeó previamente.

Antes de finalizar este breve resumen, es importante señalar el papel que juega en cada uno de las funciones administrativas dentro la organización y como la coordinación, es la parte en la Yo como gerente trabajo con los recursos humanos para ayudar en el proceso

administrativo. Ya que el logro de la armonía en los esfuerzos individuales encaminados hacia la consecución de las metas del grupo, es el propósito de la Administración.

En **Microeconomía** se describe la conducta humana en términos de eficiencia económica en una visión de unidades, desde el ámbito de la producción y el consumo, se revisan las herramientas del análisis económico para describir las teorías de las decisiones individuales en el contexto de la producción y del consumo. Se describe de qué manera esas decisiones confluyen en los mercados para formar la demanda y cómo ésta se contrapone, al efecto de la suma de las decisiones individuales de las empresas de ofrecer sus productos en el mercado en términos de eficiencia. Asimismo, se revisa la organización de los mercados y la forma en que determinan los precios. El conocimiento y aplicación de las principales herramientas a través de gráficos y matemáticas permiten analizar algunas trampas que se presentan habitualmente en la toma de decisiones.

La creación de nuestra empresa surge a partir del pensamiento que teníamos la necesidad de productos con características de uso específicas y diseño arquitectónico, debido a que los bienes y servicios que en nuestra ciudad son limitados, aquí usamos en materia de Microeconomía los conocimientos para investigar un producto de interés, saber cómo producirlo, para quién producir y cómo producir recursos escasos dados. Estas decisiones fueron el parte aguas para tomar las decisiones comerciales y pensar en el desarrollo del negocio ya que son vitales para obtener ganancias, según la economía esto es la mejor forma para que la empresa use las teorías del comportamiento humano y predecir qué es lo mejor para el negocio.

Sainnox, en particular, usa principios microeconómicos para tomar decisiones, aplicando el conocimiento adquirido profesionalmente y experiencia de los socios, todo esto dio lugar para afectar los siguientes factores: trabajo, productividad, tipos de bienes y servicios ofrecidos, oferta y demanda, utilidad económica y fijación de precios. Por supuesto que todo esto debe ser fríamente calculado, por eso siempre con la ayuda del área contable y administrativa hemos trabajado estas unidades individuales.

Algunos ejemplos en el que la microeconomía se hace presente en nuestra empresa, la demanda de mano de obra, y esta demanda está fuertemente influenciada por los salarios.

Los principios microeconómicos nos dicen que, en igualdad de condiciones, a medida que aumentan los salarios, las empresas demandan menos mano de obra. Esta por esta razón, por ejemplo, digamos que algunos herrajes se producen con un salario de \$ 15 por hora. A medida que el salario aumente a \$ 20, la empresa reducirá la cantidad de horas de trabajo demandadas. Todos los demás factores permanecen iguales, la empresa solo tiene tanto dinero presupuestado para determinadas horas de trabajo.

En la asignatura **Macroeconomía** en una visión global se revisa su importancia dentro de los negocios internacionales. Se analiza cómo las variaciones macroeconómicas nacionales e internacionales afectan la actividad empresarial. Además, se revisan los fundamentos básicos de la demanda agregada, el consumo, el ingreso, la política fiscal, el mercado de dinero, la teoría de la inversión, la oferta y la demanda agregada, la inflación, el déficit público, el crecimiento y el ciclo económico y las políticas de estabilización. El efecto en la economía y las empresas de la apertura de la economía. Todo desde una concepción global del conocimiento de los principales factores macroeconómicos que afectan de manera determinante en el presente y futuro de las empresas, las inversiones y el mercado de valores, las transacciones comerciales y el tipo de cambio, etc. Constituye una herramienta fundamental en la toma de decisiones.

En materia de macroeconomía hemos entendido que en la ejecución de planes de la compañía se requiere de sólidos conocimientos macroeconómicos con fines de tomar decisiones de política económica o decisiones de optimización en el manejo de cualquier forma de recursos.

La aplicación de esta materia como administrador, lo hacemos de forma inmediata en la toma de decisiones óptimas para el negocio, esta toma de decisiones requiere de amplia información y una información de particular relevancia, que es la cuestión económica. En la toma de decisiones para Sainnox, analizamos varios frentes de batalla, uno de ellos es la dinámica del entorno económico, es decir de los cambios en las diversas variables de la economía de nuestro país y del mundo. Estas variables nacionales e internacionales, regularmente son temas que analizamos en cuestión de comercialización del producto en el

extranjero, cuyo estudio es necesario para que todo administrador pueda adaptarse a las fluctuaciones resultantes de los mercados consumidores, los mercados financieros, los mercados de proveedores o simplemente adaptarnos a los cambios que dan las autoridades nacionales en el rubro económico, sea monetario o fiscal.

Un ejemplo de lo que Las variables económicas nacionales es importantes en la formación de la capacidad competitiva de la empresa, ya que los cambios pueden darse en la estructura de los mercados. Revisamos la dinámica libre o regulada de los mercados financieros, en los cambios de los consumidores frente a las decisiones gubernamentales, en los cambios de los precios generales de la economía, en las condiciones del mercado laboral, sobre todo la posición exportación e importación del país ya que en este tema trabajamos constantemente y en muchas otras variables, que afectarán la competitividad del negocio.

En **Contabilidad Básica y Administrativa** me enseña internamente, como gerente o dueño del negocio conocer la situación económica financiera de éste. Y de cara a inversores, bancos y, sobre todo, Hacienda, es fundamental proporcionar la información relevante de los ingresos, inversiones y pérdidas que se generan. se analiza la cultura contable, el marco conceptual de la contabilidad, los activos (inversiones de las empresas), el pasivo y el capital; las fuentes de financiamiento; análisis y descripción del ciclo contable; la aplicación del ciclo contable en las empresas de servicios y comerciales; la preparación de los estados financieros básicos de empresas de servicios y comerciales y el análisis de la información financiera para la toma de decisiones.

Como empresarios, he aprendido a visualizar la contabilidad como una de las mejores herramientas para llevar a cabo una mejor toma de decisiones en mí día a día.

En la empresa contamos con la ayuda de la Contadora Publica; Edith González Benigno quien de manera mensual nos apoya con la información necesaria para el desarrollo de nuevas estrategias y mejoras en los planes en función de los resultados financieros obtenidos.

- Conocer cuáles son las deudas que se tienen con los acreedores.

- Análisis de los montos de cuentas por cobrar para comprender las tendencias y comportamientos en clientes.
- Establecer controles administrativos y detectar ineficiencias en las operaciones.
- Informe del controlar gastos e inversiones, así como ingresos y egresos.
- Conocer cuál es la utilidad o, en su defecto, la pérdida de dinero.
- Determinar cuánto cuesta producir un artículo y en cuánto se puede vender.
- Determinar nuestra posición financiera para detectar áreas problemáticas.

En nuestras reuniones mensuales buscamos por medio de la asesoría especializada de la contadora, garantizar que la toma de decisiones siempre es en beneficio de la empresa no afectando a los trabajadores, ni las leyes hacendarias.

Tenemos siempre presente que el objetivo de la contabilidad es proporcionar información real y exacta acerca del negocio, por lo que sabemos que una mala contabilidad no solo genera información imprecisa, sino que te llevará a tomar decisiones erradas que podrían causar problemas serios a la empresa, y llevarnos al fracaso.

Sabemos el extenso trabajo que conlleva la contabilidad de una empresa es por eso de igual forma nos apoyamos con herramientas de software contables que nos arrojan indicadores y tablas comparativas para análisis. Esta una alternativa nos permite integrar y mantener actualizada toda la información financiera de la empresa de una manera segura y confiable. La tecnología nos ayuda a una correcta contabilidad que también nos permite que competir en el mercado y mejores alcances el éxito.

En la materia de **Recursos Humanos** ha sido un reto el proceso de formar un equipo de trabajo. Los Conceptos fundamentales, Planeación de recursos humanos. Reclutamiento, selección, orientación, adiestramiento y desarrollo. Evaluación, separación, marco legal, motivación.; Liderazgo. Organigrama. Descripción de puestos. Conocer y aplicar medios de entrenamiento de vendedores. Desarrollar actitudes positivas de ventas y desarrollar autoestima y motivación. Planeación de personal, descripción de puestos, especificación de tareas, requisitos de estilo, experiencias, funciones, habilidades y destrezas,

responsabilidades, salarios y beneficios, legislación laboral, responsabilidad patronal, plan de carreras. Reordenación organizacional, elaboración de organigramas, asignación de niveles, análisis y descripción de puestos, tabuladores de sueldos, prestaciones, programas de inducción, capacitación, reclutamiento, selección y contratación, vacaciones, prestaciones ascensos, productividad, relaciones laborales.

Los Recursos Humanos es un área vital en una empresa, pero al mismo tiempo muy extensa, se ha descrito en el primer párrafo los alcances de esta materia en una empresa, en Sainnox hemos implementado algunos puntos del gran universo de actividades que puede desarrollar los RH.

Las actividades que en la empresa hemos aplicado de RH son:

Reclutamiento y Selección: En la planificación de la empresa ya se consideraba el personal a contratar para ocupar los puestos vacantes en la compañía, el reto era atraer a las personas indicadas para hacer crecer la empresa era más que llenar un puesto específico. La planificación anticipación nos ayudó en este tema ya que detectamos la necesidad de recursos humanos y analizar el puesto y los requisitos a cumplir por quien va a cubrirlo. Este proceso me permitió también ver a varios candidatos y ponerlos a prueba a través de esta etapa de selección.

Inducción y Capacitación: Considero esta etapa como el nacimiento, desarrollo y crecimiento del personal dentro de la empresa, es importante que los empleados se incorporen a la empresa motivados y se sientan bienvenidos, la buena comunicación con el equipo de trabajo ayuda a que ha que puedan rendir en sus puestos, por eso en la inducción es necesario un acompañamiento durante los primeros días. Este proceso no ayudo a que conocieran la formas de trabajar dentro la empresa, presentar al resto del equipo, repasar la misión y visión, platicar lo que se espera del contratado, así como satisfacer sus dudas y ayudar la capacitación sea mejor comprendida. Dentro de los compromisos de la mesa directiva es que personas que son parte de la organización pueden requerir formación adicional para desempeñar mejor sus funciones, es por esta razón estamos inscritos en la (CANACO, CEMIC, ICAT) para ofrecerles espacios que los mantengan motivados a crecer profesionalmente y actualizados. Todo esto con el fin de que puedan ser aplicables al negocio y desarrollo profesional, este tipo de cámaras e instituciones enseñan temas

diversos como idiomas, herramientas informáticas, técnicas de venta o manejo de redes sociales. En particular nosotros como empresa, capacitamos en enseñar las actividades a realizar en el puesto. Y con forme se desarrolla el trabajo se va perfeccionando la técnica de trabajo.

Remuneraciones: En esta etapa la encarga de hacer el cálculo de sueldos y liquidación es la contadora, este es el acuerdo al que se llegó con el Director de la empresa, así mismo los convenios y normas correspondientes, esta función debería contemplar las compensaciones o bonos por venta, para mantener motivados al personal con una claridad financiera en sus percepciones.

Motivación y Clima Laboral: En las juntas semanales que hacemos Directivos y empleados propiciamos el desarrollar el sentido de pertenencia, el liderazgo, la iniciativa y el compromiso de todos con la empresa. Antes de iniciar una reunión iniciamos siempre con una frase de motivación o pequeña lectura de reflexión, al mismo tiempo las breves opiniones del equipo de trabajo sobre lo leído. Estas actividades nos han ayudado a generar un buen clima de trabajo, a mejorar la productividad, retener al personal, reducir los conflictos y aumentar la satisfacción de todos. El beneficio, ha sido mejorar la comunicación, coaching, eventos y proyectos en equipo que nos están impulsando al crecimiento de la empresa.

Segura estoy que básicamente el área de RH depende toda la empresa, toda la organización gira en torno al buen funcionamiento de los Recursos Humanos, ya que los perfiles de los puestos cumplen con un objetivo y difícilmente sin el buen desarrollo del trabajo es muy difícil que la empresa pueda salir hacia delante.

En la materia de **Comercio Internacional I y II** con el objeto de adentrar al futuro profesional en el origen y desarrollo de las diversas corrientes que han dado lugar al comercio internacional de mercancías en todo el mundo. En materia de comercio aprendí los conceptos básicos de la teoría pura del comercio internacional que me permitieron como estudiante familiarizarse con el lenguaje del comercio exterior. En mis clases se analizó la balanza de pagos y aspectos monetarios del comercio internacional, así como las políticas arancelarias y no arancelarias y sus efectos sobre el comercio entre países. Finalmente se

revisaron los tratados comerciales vigentes para México, sus efectos y oportunidades para el desarrollo empresarial.

Cuando curse la materia no imaginaba lo importante que resultaría en un futuro todos estos conceptos y prácticas aprendidas, como empresa nos resultó una gran sorpresa la forma en la fuimos involucrarnos en las compras con el comercio exterior. Los altos precios en los productos y la escasez de los mismos nos llevaron a buscar fábricas, que nos pudieran ofrecer mejores precios, variedad y surtido. De esta forma encontramos que México no produce herrajes con diseño arquitectónicos ni a acabados de alta resistencia a la corrosión. Explorando los mercados encontramos que China e Europa ofrecen una gama de productos de muy buena calidad. Este contacto ha sido más sencillo de lo que pensamos ya que las empresas usan el e-commerce para distribuir sus productos o servicios a lo largo y ancho de toda Europa o China, sin limitarse únicamente a su país de origen.

Y más allá de lo que pueda pensar una persona que no esté familiarizada con las nuevas tecnologías, la realidad es que expandir un comercio a nivel internacional a través de Internet requiere una inversión cada vez inferior a medida que pasan los años. Lejos quedaron los tiempos en los que las empresas se veían obligadas a crear desde cero sus páginas web para anunciar sus productos o servicios en el extranjero; ahora, plataformas como Amazon, Alibaba o eBay ponen en bandeja la posibilidad de vender productos en cualquier país extranjero, dejando en manos de estas empresas todo lo relacionado con la venta y la distribución. De lo único de lo que se tiene que preocupar la persona responsable del negocio es de anunciar sus productos de la forma más detallada posible; a partir de ahí, las ventas vienen solas.

En este proceso de compras con el extranjero los términos y condiciones comerciales que son los incoterms son de vital importancia a la hora de hacer las compras, puesto que de ahí depende mucho el precio final del producto. Los incoterms que hemos utilizado son:

Término en E: EXW

El vendedor pone las mercancías a disposición del comprador en los propios locales del vendedor; esto es, una entrega directa a la salida.

≡ Términos en F: FOB

Al vendedor se le encarga que entregue la mercancía a un medio de transporte elegido y pagado por el comprador; Esto es, una entrega indirecta sin pago del transporte principal por el vendedor.

Estos términos de compras son los que nos han resultado más rentables en comercio exterior para nuestra empresa. Las compras en el mercado exterior las iniciamos en el año 2015 importando por primera vez de Europa y posteriormente de China. Para nuestra empresa el explorar mercados extranjeros ha sido un gran aprendizaje y sobre todo una gran oportunidad de mejores negocios. A raíz de estas decisiones hemos tenido que ampliar nuestras actividades constitutivas de la empresa, y automáticamente obligados a otras declaraciones fiscales, sin embargo en el proceso hemos tenido muy buena asesoría por parte de las instrucciones que no han apoyado en toda la información necesaria para el trámite de los mismos tales como, la Secretaria de Hacienda Y Crédito Público, la Secretaria de Economía, Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana, Banco MONEX, Agentes Aduanales de México. Actualmente seguimos trabajando con las mismas organizaciones y nuestros resultados han sido de éxito. Un tema íntimamente ligado al comercio es el transporte y la distribución aquí es donde estas materias juntas juegan un papel importante en esta aventura de crecimiento.

La materia de **Sistemas de Distribución y Transporte**, El transporte es por excelencia uno de los procesos fundamentales de la estrategia logística de una organización, este componente es de atención prioritaria en el diseño y la gestión del sistema logístico de una compañía, dado que suele ser el elemento individual con mayor ponderación en el consolidado de los costos logísticos de la mayoría de empresas.

Incluirá el proceso de ventas y negociación para enfrentar la competencia en los mercados. Cuando empezamos con la importación de mercancías fue inevitable no involucrarnos en este tema del transporte y la logística, funciones del canal de distribución. Objetivos y restricciones de los canales de distribución, Identificación, Selección y evaluación de los canales de distribución fueron planteamientos que nos hicimos según la oferta con la que

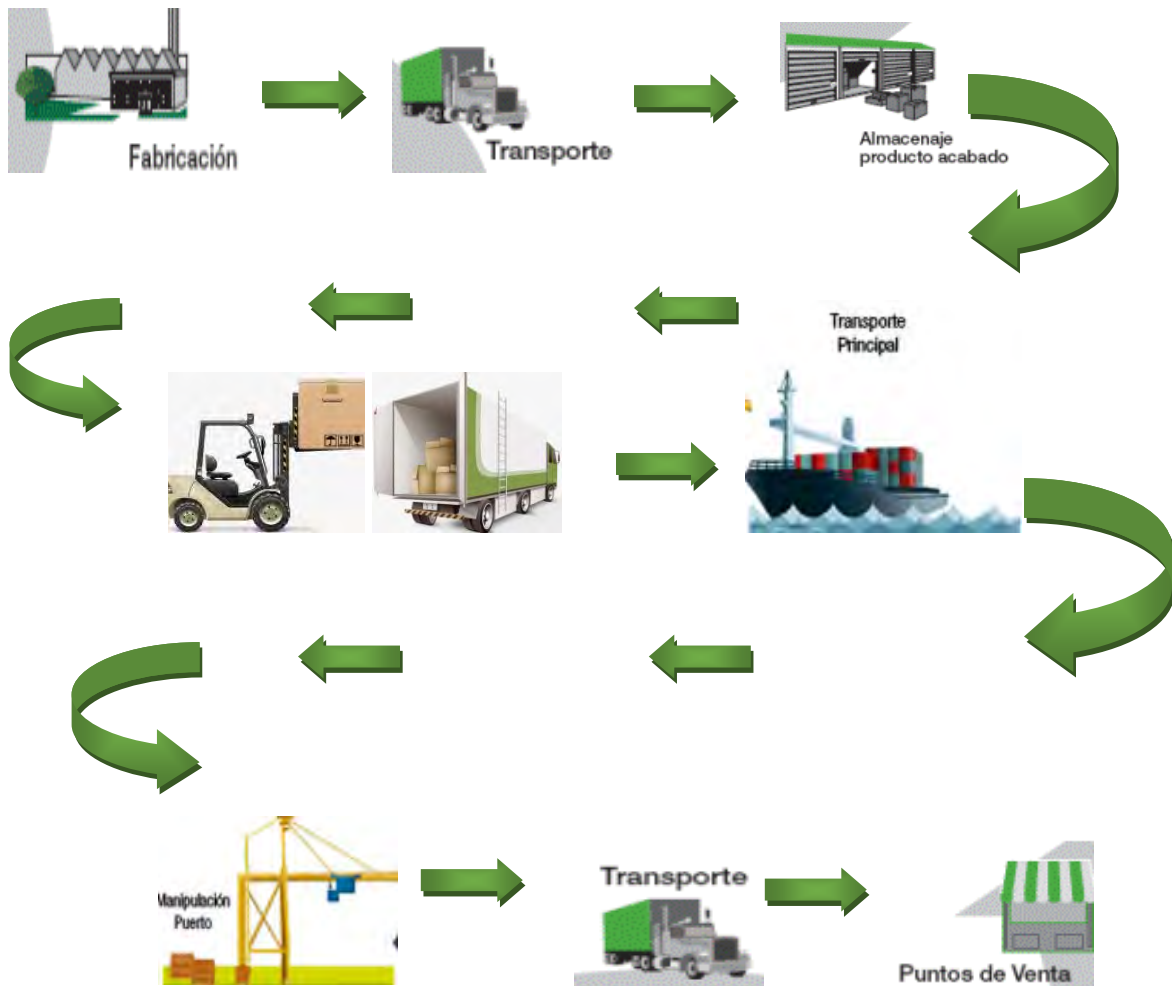
contábamos de los proveedores. Naturalmente en el punto de venta sufrió cambios principalmente en almacenamiento e inventarios. En este proceso de aprendizaje tuvimos mucha asesoría por parte de los agentes navieros, Maersk line nos vende sus servicios marítimos y de fletes. Como empresa de transporte marítimo de contenedores más grande del mundo, tiene la experiencia suficiente y además nos asesora y facilita el transporte de nuestra mercancía, actualmente Maersk line mueve 12 millones de contenedores cada año y lo entrega en cada rincón del mundo. Independientemente de su sector, producto básico o mercados clave, nos dan soluciones que ofrecen a las pequeñas y grandes empresas la oportunidad de crecer. Siempre nos oferta las salidas frecuentes en las principales rutas comerciales y servicios interiores para una verdadera entrega de extremo a extremo. Por medio de esta empresa marítima hemos transportado, Herrajes con diseño arquitectónico, Lámparas, Barras de seguridad de acero inoxidable y mobiliario escolar, de oficina y gimnasios.

Para que un producto llegue a un punto de venta es necesario que pase por diversos medios de transporte y más aún cuando estamos hablando que la fábrica se encuentra fuera de nuestro país. Esto es conocido como cadena de suministro. Desde un punto de vista funcional, la cadena de abastecimiento cubre el flujo de bienes desde la fábrica, hasta el usuario final. Por lo tanto, la cadena de abastecimiento incluye todas las empresas que participan en la producción, distribución, manipulación, almacenaje y comercialización de un producto y sus componentes.

Esto significa que en una cadena de suministro intervienen los siguientes agentes en el caso de **SAINNOX**:

- ✈ Fabricantes.
- ✈ Almacén General
- ✈ Transportistas terrestres
- ✈ Naviera
- ✈ Agentes Aduanales

“ESTRATEGIA DE SUMINISTRO IMPLEMENTADO POR SAINNOX DE MEXICO SRL DE CV”



Fuente: Propia Ma. Teresa Cortes Santin.

Con este ejercicio hemos observado los beneficios que trae a la organización una buena cadena de suministro o abastecimiento.

- Mayor disponibilidad de los bienes.
- Mayor acierto en la previsión de la demanda.
- Relaciones más estrechas y mejores precios con los proveedores de la cadena.
- Mejora en la toma de decisiones.
- Plazos de entrega confiables.
- Reducción del tiempo de comercialización de nuevos productos.
- Reducción del inventario de inventario de baja rotación.

- Reducción de los costos de transporte y precio final del producto.
- Reducción de los costos administrativos.

Una materia que sin lugar a dudas es vital para que todo este esfuerzo valga la pena es **Estrategias de Ventas**. La asignatura tuvo como finalidad propiciar al alumno que conozca y domine el marco de las actividades de ventas de bienes y servicios, tanto nacionales como internacionales para desarrollarle una visión crítica que le dé la pauta de tomar decisiones bajo la lógica y ética empresarial. Realizar una estrategia de ventas va más allá de una simple planificación. Una buena técnica comercial tendrá como objetivo posicionar a la empresa como líder en el sector.

En las reuniones mensuales planteamos que tenemos en la compañía los temas de interés constantes que se hablan son los siguientes.

1. **¿Definir las metas de venta?**
2. **¿cuánto se espera lograr?**
3. **¿cuándo se desea alcanzar ese objetivo?**

A partir de este planteamiento, hemos podido definir las estrategias que se han hecho con el equipo de trabajo Sainnox. Describo algún sobre las cuales ya estamos en acción.

- 1.- Tener mejores exhibidores y muestrarios de nuestros productos, más atractivos e innovadores.
- 2.- utilizar con poder la herramienta de publicidad redes sociales.
- 3.- Brindar un mejor servicio al cliente con un sistema de cobro y captura de productos más rápido y moderno.
- 4.- Generar las visitas a clientes potenciales y ofrecer productos ancla.
- 5.- Darle seguimiento a clientes de manera puntual.

Estamos trabajando de la mano con la materia de **Promoción y Publicidad**, generar un desarrollo de comunicación, del producto al público meta es un gran reto. En este aspecto nos estamos apoyando con una agencia de publicidad y marketing, que nos están ayudando a impactar en la mente del cliente de forma visual. La empresa con la que trabajamos en la ciudad es Makro Signs, nos reunimos cada tres meses para considerar los Atributos. Evaluación y Retroalimentación de las ideas publicitarias aplicadas. Aquí nos dejamos

guiar mucho por los expertos en la materia, sin embargo cada propuesta es considerada siempre con el visto bueno del Director el Arq. Alfonso Santin.

Cada una de estas materias se involucraron de manera directa en la realización de este proyecto, actualmente hay asignaturas constantes que son de utilidad diaria en mis funciones como; Administración, Recursos Humanos, Comercio Internacional, Sistemas de Logística, Distribución y Transporte, Estrategia de ventas, Promoción y Publicidad.

A partir de la idea de crear la empresa familiar Sainnox de México, que me fue encomendada se pusieron en práctica todos los conocimientos universitarios adquiridos teóricos y prácticos, aprendidos.

Toda empresa se halla inmersa en un proceso continuo de desarrollo. Podemos identificar diferentes etapas en este proceso que permite visualizar el momento de crecimiento de cualquier negocio.

Las diferentes etapas por las que atraviesa una empresa desde su nacimiento hasta su plena madurez, poseen características específicas que permiten saber si la interacción entre los diferentes elementos del negocio está apoyando o impidiendo el adecuado manejo de la correspondiente etapa de desarrollo. Actualmente nos encontramos en proceso de crecimiento, por lo que, sin lugar a dudas, la educación profesional adquirida será un elemento básico que intervendrá en cada una de las etapas del proceso de desarrollo de la empresa.

1.3 Retos

Tal vez el principal reto que enfrente como Gerente General de la empresa Sainnox es lograr que sea rentable, en síntesis, hacerlo autosuficiente. Para ello se considerarán algunas estrategias de ventas que permitan generar ingresos para hacer frente a los costos de mejoramiento de la infraestructura existente, su mantenimiento y los gastos propios de operación.

Estos retos tienen sus pilares fundamentales en la adopción de estrategias y actitudes positivas plenas de espíritu crítico, mentalidad abierta y dominio de las dinámicas de trabajo individual y colectivo. Lo anterior también incluye una actitud creativa y flexible frente a las cambiantes situaciones que plantea la dinámica del mundo actual.

Administrar de manera real y eficiente los recursos humanos y materiales disponibles para que en forma integral se logre la conjunción de esfuerzos que hagan más expedita la operación del negocio. La coordinación y trabajo en equipo es fundamental para el crecimiento de la empresa ya que las áreas administrativa y operativa son la columna vertebral de esta compañía. La evaluación de los resultados será el parte aguas para la toma de decisiones en la empresa para eficientizar los recursos y nuevas oportunidades de inversión.

En la etapa actual de crecimiento de nuestra empresa nuestro reto es tener un crecimiento sostenible, incursionar en la venta de varios insumos para la construcción nos abre las puertas para lograr dicho reto. La variedad de artículos que actualmente comercializamos, nos permite el flujo de recurso más fácilmente, y la venta de productos Sainnox en mercados nuevos. Nuestro reto de mantener el crecimiento sostenible, va relacionado con nuestro volumen de ventas, el cual tendremos que buscar que sea siempre en aumento.

La innovación de nuestros productos, la constante mejora de nuestros procesos administrativos, así como la estrategia de ventas de los mismos, son los puntos que no podemos dejar de lado, ya que serán clave para lograr los objetivos en volúmenes de ventas esperados y el crecimiento sostenible de nuestra compañía.

Capítulo II. Marco Contextual Laboral

2.1 Antecedentes de la empresa Sainnox de México S.R.L de C.V

Sainnox de México es una empresa joven, chetumaleña y familiar, con gran posibilidad de crecimiento, que nace de la escasez de herrajes en la ciudad Chetumal Quintana Roo y la visión de negocio del Arq. Efraín Alfonso Santin Mingüer, además de solucionar el problema de suministro de estos productos en sus obras de construcción.

En diciembre del 2013 se sostuvo la plática formal entre el Arq. Efraín Alfonso Santin Mingüer y una servidora María Teresa Cortés Santin, donde acordamos el inicio de la creación de punto de venta denominado (Bioherrajes).

Inicié con la investigación de mercado correspondiente, donde los indicadores de aceptación fueron favorables para la apertura del punto de venta. Debido a la escasez de herrajes en la ciudad la demanda de los productos estaba generando una gran oportunidad de negocio; y a su vez es la ventaja que seguimos teniendo como empresa ya que actualmente en Chetumal somos la única tienda que vende herrajes con la gama más amplia de productos.

Al mismo tiempo, del proceso de selección de productos de alta rotación, trabajamos la adecuación del local que actualmente rentamos. Lo cual finalizó en febrero del 2014 abriendo paso a la gran apertura de Bioherrajes el 01 de abril 2014. Fiscalmente estuvimos operando bajo la razón social de Guardianes del Muro SA de CV, empresa ya existente del socio Efraín Alfonso Santin Mingüer lo cual hicimos de este modo para iniciar operaciones. Ahora en día nuestro punto de venta se encuentra legalmente constituido bajo el nombre de SAINNOX DE MEXICO SRL DE CV, esto se consolidó el 17 de julio 2015 que es hasta hoy nuestra razón social vigente.

Hoy en día Sainnox de México opera en funcionalidad y con un gran empeño de actitud que el mercado chetumaleño ha aceptado esta empresa cómo la única en su giro en la venta de herrajes en el sector de la construcción, edificación, remodelación y fabricación de muebles de la ciudad, que en una visión a futuro la empresa desea ser líder primeramente en el estado de Quintana Roo.

2.2. Descripción General de la empresa Sainnox de México, S.R.L de C.V

Actualmente nuestro punto de venta (Bioherrajes) comercializa productos con la marca SAINNOX, la cual es marca propia que cuenta con el registro ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), con las características y fundamentos como se muestra a continuación.



SAINNOX es una marca mexicana, innovadora de herrajes, creada para satisfacer las necesidades en proyectos arquitectónicos aplicados en el ramo de la construcción, edificación, remodelación, mantenimiento o fabricación de muebles.

Sainnox fabrica y distribuye productos a los sectores más exigentes del ramo constructor, con un diseño moderno, de prestigio, funcionales, seguros y durable, Nuestros productos son fabricados con materiales como acero, aluminio y latón, bajo estándares de alta calidad, en diversos acabados como: cromado, níquel satín, acero inoxidable, latón brillante y latón antiguo.

¡Sainnox es seguridad, modernidad y funcionalidad, al alcance de tus manos!

MISION: Somos una empresa dedicada a la fabricación, distribución, venta menudeo de y mayoreo de herrajes, que basa sus procesos en el empleo de tecnología de punta, material de primera calidad, amigable con el medio ambiente, haciendo productos de calidad con alta resistencia a la corrosión. Buscamos satisfacer plenamente las necesidades de nuestros clientes. Dando prioridad en la calidad y el precio, en cada uno de nuestros productos.

VISION: Consolidarse como una empresa líder México, fabricante, distribuidor, y venta al menudeo y mayoreo de herrajes de la más alta calidad, logrando la plena satisfacción de nuestros clientes mediante diseño de productos innovadores, fáciles de instalar y usar, aplicables a diversos trabajos y proyectos arquitectónicos.

VALORES:

- ✚ Cercanía al Cliente
- ✚ Alto Desempeño
- ✚ Crear Valores
- ✚ Capacidad de Renovación
- ✚ Respeto
- ✚ Responsabilidad
- ✚ Desarrollo Sustentable

Objetivo General:

Lograr la total satisfacción de nuestros clientes en la venta de herrajes de alta calidad, posicionándonos con la marca Sainnox, la más vendida en el mercado chetumaleño.

Objetivos Específicos:

- Por parte de la marca Sainnox ser los números 1 a nivel local como marca más vendida.
- Cumplir y superar las expectativas de nuestros clientes a través de productos de seguridad y calidad, con la finalidad de crear fidelidad entre ellos.
- Ofrecer productos y servicios integro de calidad en la fabricación y distribución de herrajes a nivel local.

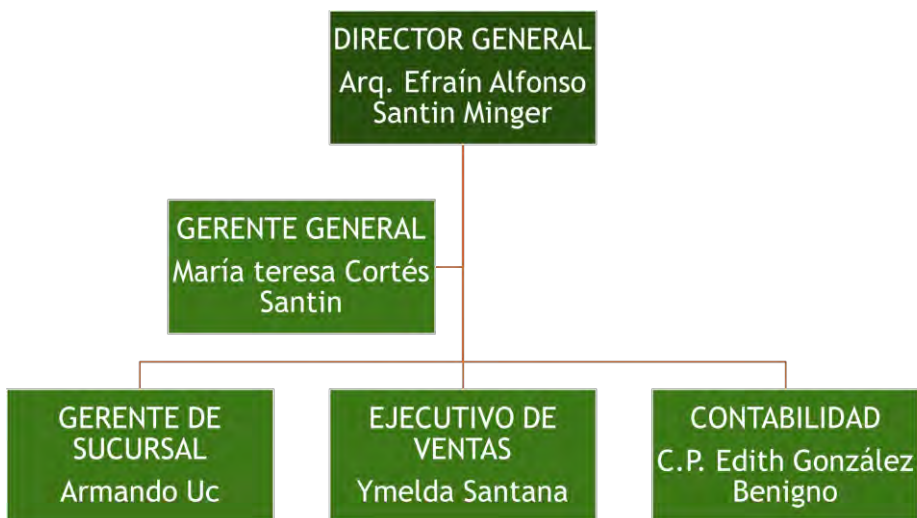
- Capacitar a nuestro personal en forma continua, con el objetivo de fomentar la cultura de servicio de calidad y excelencia.

2.3 Estructura Orgánica

Nuestra empresa cuenta con un pequeño pero funcional organigrama, somos actualmente un equipo conformado por cinco personas, las cuales intervenimos en las áreas básicas para el correcto funcionamiento de SAINNOX DE MEXICO SRL DE CV.

1. Director General: Arq. Efraín Alfonso Santin Mingüer
2. Gerente General: María Teresa Cortes Santin
3. Gerente de sucursal: Armando Uc
4. Contabilidad: Edith González Benigno
5. Ejecutivo de Ventas: Ymelda Santana

Gráfica 3. Estructura orgánica de la empresa Sainnox



Fuente: Elaboración propia María Teresa Cortés Santín, México (2017)

2.4 Productos y Servicios

Actualmente Sainnox cuenta con una amplia gama de productos, que ya estamos comercializando en punto de venta Bioherrajes, se dividen en las siguientes subdivisiones.

Los servicios que tenemos como empresa son complementarios para lograr el desarrollo y funcionalidad que nos distingue de los demás negocios con el mismo giro comercial.

LA MARCA Y DIVISIONES

La segmentación con la que contamos hoy en día, va de acuerdo a los productos que comercializamos, los cuales nos da la capacidad de involucrarnos en mercados potenciales.

Los productos Sainnox se están convirtiendo en una solución en requerimientos para empresarios y usuarios en el ramo de insumos constructivos.

La marca se divide de acuerdo a los productos que ofertamos en las siguientes subdivisiones. Lo cual explicamos en el siguiente gráfico.



Fuente: Elaboración propia María Teresa Cortes Santin, México (2017)

TECNOLOGÍA

Cámaras de video, seguridad y vigilancia

Sistemas inteligentes de acceso (video portero)

Pantallas de proyección

Pizarrón interactivo

Sistemas electromagnéticos de detección

Cómputo

HERRAJES

Línea de carpintería

Línea de cristal templado

Línea de aluminio

Línea herrería

Herrajes diversos

ILUMINACION

Iluminación para exterior:

Alumbrado público

Puntas de poste para pasillos y jardines

Iluminación antibandalica

Reflectores

Iluminación para interior:

Lámparas para falso plafón

Lámparas para el hogar, oficina.

MOBILIARIO

Oficina

Escolar

Acero inoxidable

MOBILIARIO URBANO

Juegos infantiles

Cercos Metálicas

Bancas de espera

Imágenes de nuestros productos importados a **México** e instalados en obras privadas y públicas en Quintana Roo.



Cerraduras Residenciales



Mobiliario para Oficina



Luminaria de uso Público



Cerraduras Hoteleras



Sillería para Oficina



Luminaria Interior



Cerraduras de uso



Luminaria Urbana



Paneles de Reja Acero



Barras de Seguridad



Juegos Infantiles



Video Porteros



Inodoros y Lavamanos de Acero
Inoxidable 304 antibandalicos



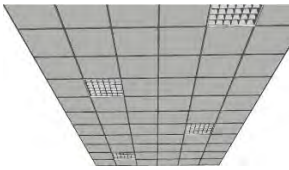
Coladeras de Acero
Inoxidable 304



Percheros Muleteros
Acero Inoxidable 304



Bote de Basura de Acero
Inoxidable 304



Falso Techo o Plafón



Concertina de Seguridad



Cámaras de Vigilancia para el Sector Privado y Público

En la actualidad, debido a la diversidad de productos con los que contamos, las áreas de oportunidad se han ampliado. Trabajamos bajo este esquema de negocio.

Ventas Locales: En este primer punto nos centramos principalmente en aplicar estrategias de venta y publicidad solo en nuestra ciudad Chetumal, utilizando nuestro punto de venta Bioherrajes como empresa establecida en la ciudad, ofrecemos asesoría técnica sobre la compra del producto que se adecua a las necesidades del cliente, contamos con show room de los productos más vendidos, contamos con stock suficiente para venta al menudeo de los artículos de mayor rotación. Brindamos atención personalizada a cada uno de los clientes en su visita a nuestras instalaciones. Tenemos servicio de reparto en caso de que algún cliente lo necesitara, debido al volumen de algunos productos.

El nicho de mercado principal al que nos dirigimos en las ventas locales son:

- Amas de casa
- Jefes de familia
- Carpinteros
- Aluminieros
- Herreros
- Fabricantes muebleros
- Restaurantes
- Bares
- Hoteles
- Tiendas departamentales
- Constructores y contratistas

Ventas Foráneas: En este apartado buscamos enfocarnos en la distribución de nuestros productos y posicionamiento de la marca. Nuestro método implementado es buscar distribuidores en el Estado de Quintana Roo, estableciendo enlace el ejecutivo de ventas con la empresa ofrecemos atractivas ganancias a los distribuidores para cerrar tratos comerciales, desde luego buscamos giros donde nuestro producto puede ser colocado, como son el giro Ferretero y puntos especializados en herrajes.

El nicho de mercado principal al que nos dirigimos en las ventas foráneas son:

- Ferreterías
- Tiendas de Herrajes
- Tiendas de venta de insumos para la construcción

Ventas a Proyectos: Los proyectos específicos han resultado un mercado muy atractivo, en este nicho de mercado encontramos:

- Obras en construcción de la iniciativa privada o publica
- Hoteles
- Escuelas privadas o publicas
- Restaurantes
- Departamentos
- Oficinas
- Remodelaciones y ampliaciones de edificios
- Suministro de equipo especializado para proyectos específicos

Aquí principalmente ofrecemos suministro de diversos insumos para la construcción, lo está siendo muy rentable para el cliente, ya que manejamos volumen y ofrecemos precios de fábrica, esto les representa un ahorro de hasta un 30% del valor de los productos en el mercado a los empresarios. Sainnox al importar los productos, nos permite fabricar cualquier producto, así como hacerlos con características específicas según necesidades del cliente.

Licitaciones Gubernamentales: Las licitaciones es otra área de oportunidad no menos importante, actualmente nuestra empresa, ya ha concursado en este rubro, en la cual hemos resultado favorecidos con precios competitivos y con el suministro de artículos de calidad, modernos y avance tecnológico.

El equipamiento en mobiliario escolar, de oficina, iluminación de alumbrado público, equipos de cómputo y mobiliario en acero inoxidable, ha sido nuestros principales productos vendidos a las siguientes dependencias:

- IFEQROO
- Cereso De Chetumal
- Cereso De Cozumel
- H. Ayuntamiento De Bacalar
- H. Ayuntamiento De Isla Mujeres
- Universidad Politécnica de Bacalar
- Universidad de Quintana Roo (Unidad Cancún)
- Universidad Intercultural Maya (Mpio. José María Morelos)



Fuente: Elaboración propia María Teresa Cortes Santin, México (2017)

Sainnox es una empresa joven, con grandes oportunidades de crecimiento y expansión, a tres años de su creación hemos logrado una aceptación en mercado chetumaleño, sin embargo tenemos un gran camino por recorrer. La gran oportunidad de que nuestros productos se encuentren instalados en instituciones privadas y públicas, es sin lugar a dudas un fortalecimiento de nuestra marca frente a la competencia.

Con la búsqueda de vender nuestro producto más allá del punto de venta, estamos logrando el posicionamiento de la marca, entre clientes quintanarroenses. Actualmente nuestros

productos que ya tienen impresa nuestra marca ya está siendo comprados y usada en los edificios e instalaciones públicas, en los municipios cercanos como Benito Juárez, Solidaridad, Isla Mujeres, Tulum, Cozumel y Bacalar. El compromiso de Sainnox no es crear una necesidad, si no satisfacer las necesidades existentes. Es por ello que estamos en constante comercialización de productos innovadores, de calidad a precio competitivo.

Los servicios que tenemos en Sainnox es una fortaleza, ante nuestros competidores.

- Proporcionamos la entrega a domicilio de productos según características y volúmenes sea requerido.
- Servicio de entrega inmediata de los productos más comercializados.
- Asesoría para la toma de decisiones de productos según su funcionalidad.
- Aceptamos los diferentes medios de pago como: Tarjeta Bancaria, Transferencias Electrónicas, Cheques, Efectivo, crédito y Anticipos.
- Tenemos servicio de facturación de cualquier producto sin importar el valor mínimo del producto.
- Servicios de ventas online por medio de la página de Amazon.
- Importamos los productos de los clientes con requerimientos específicos según la funcionalidad de los mismos, aun precio menor de su valor comercial.
- Servicio de reemplazo de manera inmediata de cualquier producto marca Sainnox en nuestro punto de venta.
- Tenemos la facultad para importar casi cualquier producto. Siempre y cuando no sea de uso peligroso u explosivos.
- Servicio de arquitectura e ingeniería para procesos constructivos.
- Servicio de instalación de los productos que comercializamos.
- Servicio de capacitación de funcionalidad según sea el producto.
- Servicio de pos-venta

Los servicios han resultado un atractivo y seductor herramienta en el cierre de tratos comerciales, nuestros clientes se sienten seguros en comprarnos, cuando podemos responder a sus necesidades post-venta más comunes. Los servicios antes mencionados nos están dando el plus de confianza con nuestros clientes, actualmente estos servicios son

repartidos entre los miembros del equipo o la contratación temporal de personal en su caso si es requerido.

Estos servicios nos han ayudado mucho como fuente de información valiosa para la tienda, los clientes nos cuentan su experiencia con el producto, nos dan su punto de vista del proceso de compra o proporcionan alguna sugerencia que nos ayuda a mejorar o continuar con un producto.

Hoy en día nos sentimos contentos, por logros obtenidos, pero conscientes de que tenemos que redoblar esfuerzos e implementar estrategias comerciales para seguir en crecimiento.

2.5 Desempeño de Funciones Profesionales

Hoy en día desempeño la función de Gerente General y representante legal de SAINNOX DE MEXICO SRL DE CV.

Como Gerente General estoy a cargo de las responsabilidades que a continuación describo:

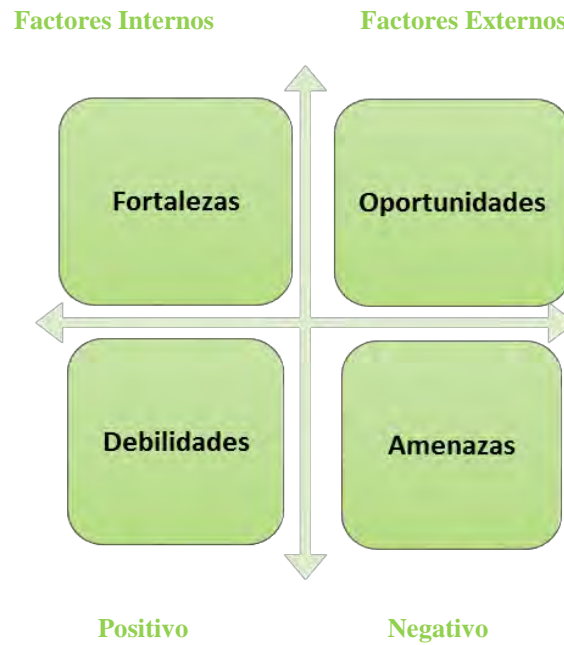
- La supervisión financiera de la tienda (Bioherrajes), en la cual mensualmente reviso y analizo las ventas locales y foráneas.
- Establecimiento de estrategias para el aumento de ventas o según sea la necesidad.
- Selección de productos ancla o de mayor demanda, para establecimiento de nuevos proveedores, mayor stock, precios y proyección de ventas.
- Importación de productos seleccionados o vendidos a proyectos específicos y comercialización en punto de venta.
- Pago a proveedores.
- Estrategia de publicidad de punto de venta y productos.
- Hago la visita a dependencias gubernamentales y privadas para el ofrecimiento de productos, con el objetivo de cerrar alguna venta.

Actualmente en Chetumal Quintana roo somos la única tienda especialista en herrajes para muebles. Sin embargo, tenemos competidores indirectos como las ferreterías siguientes:

- ✂ Grupo Ferretero Continental S.A de C.V
- ✂ Comercializadora Jiménez S.A de C.V
- ✂ Dule Diseño y Arte S.A de C.V
- ✂ The Home Depot
- ✂ Tiendas Cuprum S.A de C.V
- ✂ Codal del Caribe S.A de C.V

Estos Grupos con giro ferretero y venta de productos para el hogar, tiene actualmente un espacio en sus pisos de venta, a partir de la apertura de nuestra tienda, productos de herrajes y accesorios para muebles. Por esta razón es conveniente describir la situación de nuestra empresa por medio de la matriz FODA.

Diagrama



MATRIZ FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
-------------------	----------------------

<p>F1. Empresa especializada en Chetumal en venta de herrajes y comercialización de insumos para la construcción</p> <p>F2. Empresa importadora</p> <p>F3. Alta capacidad de innovación en productos</p> <p>F4. Show room de los productos en catalogo</p> <p>F5. Tenemos personal para instalación de productos</p> <p>F6. Atención personalizada a clientes potenciales.</p> <p>F7. Contamos con nuestra propia marca registrada</p>	<p>O1. Acceso a nuevas tendencias y tecnologías para aumentar las ventas</p> <p>O2. Obtención de contratos, en gobierno del estado.</p> <p>O3. Posicionamiento de nuestra marca con clientes foráneos</p> <p>O4. Búsqueda de nuevos mercados</p> <p>O5. Expansión</p> <p>O6. Posibilidades de exportación</p> <p>O7. Importación de productos sobre diseño</p>
<p>DEBILIDADES</p>	<p>AMENAZAS</p>
<p>D1. Falta de publicidad</p> <p>D2. Mala ubicación del punto de venta</p> <p>D3. Ineficiencia en el sistema para control las ventas, inventarios</p> <p>D4. Falta de capacitación al personal en el conocimiento de los productos</p> <p>D5. Excedente de inventario en ciertos productos con lento desplazamiento</p> <p>D6. Falta de espacio en bodega</p> <p>D7. Falta de liquidez</p>	<p>A1. Aumento de competidores indirectos</p> <p>A2. Alianzas comerciales de nuestros proveedores con la competencia</p> <p>A3. Disminución en las ventas en el mercado local</p> <p>A4. Mejores ofertas de la competencia en algunos productos</p> <p>A5. Capacidad financiera de la competencia</p> <p>A6. Cambios en las necesidades y gustos de los consumidores</p> <p>A7. La inflación</p>

Derivado del desarrollo matriz FODA de la empresa Sainnox de México, como resultado se proponen las estrategias para mejorar las debilidades y amenazas, aprovechando las fortalezas y oportunidades de la empresa.

Objetivo Estratégico

- ✂ 1.- Utilizar de manera constante los medios digitales como redes sociales, gratuitas para mostrar el show room de los productos ancla y generales del punto de venta. **(F4-D1)**
- ✂ 2.- Con el reforzamiento de las ventas foráneas, podemos minimizar el impacto en la disminución de ventas locales. **(O3-A3)**
- ✂ 3.- Siendo una empresa importadora tenemos la posibilidad de ajustar el precio para ser competitivos en el mercado local y foráneo. **(F2-A1)**
- ✂ 4.- Con el personal de instalación podemos hacer reuniones o pláticas para aprender más sobre el funcionamiento de los productos y su instalación para tener mejor conocimiento y habilidad para vender. **(F5-D4)**
- ✂ 5.- Al contar con nuestra propia marca podemos sustituir los productos más vendidos de la competencia para poder ganar más mercado local y foráneo. **(F7-A2)**
- ✂ 6.- Con las negociaciones internacionales se abre la puerta a la innovación de los productos, sobre diseño e introducirnos de manera especializada en este sector. **(F3-D2)**
- ✂ 7.- Ofertando los productos más comerciales, a un precio bajo que la competencia tendremos un aumento en el volumen de ventas. **(F6-D7)**

Objetivos Específicos

- ✂ 1.- Comprar un programador virtual que genere los anuncios de manera remota en la red de productos, promociones e innovaciones de interés para nuestros seguidores y darnos publicidad.
- ✂ 2.- Con el suministro de exhibidores o productos de muestra a nuestros clientes podemos tener una captación de mayores clientes, debido al atractivo de los mismos.

- ✂ 3.- Con la relación con el mercado internacional tenemos la capacidad de fijar nuestros propios precios en el mercado para tener un mismo precio de mercado o bien bajarlo considerablemente en ventas al mayoreo.
- ✂ 4.- Programar una reunión mensual, con el área de ventas y atención a clientes para invertirle a la capacitación en uso e instalación de productos.
- ✂ 5.-Con el análisis en ventas, establecer una lista de los productos de mayor demanda en punto de venta, con el fin de introducir un producto igual a la competencia a un menor costo, con marca propia.
- ✂ 6.-Conocer nuevas tecnologías y funcionalidades en productos nos ayuda a tener ventaja sobre la competencia.
- ✂ Al comprar en el mercado internacional, nos encontramos con precios muy por debajo del precio de fábricas en México, lo cual nos permite establecer un precio competitivo sin afectar nuestras ganancias. Así mismo un aumento en el volumen de ventas, manejando menor precio.

Capítulo III. Sugerencias y Recomendaciones

La publicidad en los negocios es vital por que ayuda al posicionamiento de marca, atraer más clientes, dar a conocer los beneficios de los productos o servicios etc. De nada nos sirve tener el mejor producto o servicio si nadie lo conoce, esto es equivalente a no tener ventas y sin ventas cualquier negocio muere.

Hoy en día la publicidad ya no es tan costosa como antes y mejor aún está al alcance de cualquier negocio. Con las nuevas tecnologías de la información se puede acceder a estos servicios sin invertir grandes cantidades de dinero. La publicidad en los medios de comunicación tradicional como la (radio, tv, prensa, revista). Suele tener un costo muy elevado. El punto de venta Bioherrajes tiene un show room poco aprovechado, ya que puede ser de utilidad para dar a conocer, los productos que se venden así como el uso y su aplicación. Es por esta razón que hago la propuesta para ayudar a generar un incremento en las ventas con el aprovechamiento de los recursos ya existentes.

El internet se está convirtiendo poco a poco en el medio de comunicación más efectivo para un anunciante en los últimos años. El internet tiene muchos beneficios como el control absoluto de los costos potenciales, así como datos precisos sobre la efectividad del anuncio, medición del impacto o visitas. Dado todo el potencial que tiene el internet y lo fuerte que será en un futuro es muy conveniente que la empresa tome la decisión en publicarse a través de este medio.

Sugerencia 1.-

Utilización de redes sociales, será una herramienta de gran ayuda para dar a conocer la marca, ya que las personas siempre nos hemos relacionado por **grupos**: familiares, laborales, sentimentales, etc. En una red social los usuarios están interconectados, interactúan y pueden tener más de un tipo de relación entre ellos. El Facebook en la actualidad, puede ser un excelente medio que nos ayude a difundir y dar a conocer nuestros productos, así mismo, nos arroja información valiosa, como cuántas visitas tuvo la

publicación, comentarios, direcciones de usuarios, horarios de visita, edades de los visitantes etc. El análisis de las redes sociales se ha convertido en un método de estudio en ciencias como la antropología o la sociología. Internet y las nuevas tecnologías favorecen el desarrollo y ampliación de las redes sociales.

Sugerencia 2.-

Una página de dominio, es una parte de credibilidad de nuestra empresa en el mundo virtual. El registro de dominios es un factor realmente importante para adquirir una presencia verdadera y consolidada en Internet, importancia que en nuestro caso asciende a grandes oportunidades de vender a clientes potenciales, conocedores de los productos que ofertamos, el uso y disponibilidad del sitio web de la empresa facilita una imagen corporativa. Con la ayuda del dominio abrimos las posibilidades de compras y popularidad en cualquier parte del mundo, estos sitios web dan información y pueden dar servicios a sus clientes a través de la página. Los beneficios en este sentido son más que evidentes para la operatividad del negocio a través de Internet, puesto que se permite una mayor fluidez y reducción de costes económicos de comunicación con los clientes y mejores oportunidades de hacer negocio para la empresa.

Sugerencia 3.-

Capacitaciones en el punto de venta para clientes. Una manera de generar tráfico en la tienda es la capacitación en instalación y colocación de los productos. Nuestros consumidores principalmente son los del ramo constructor, para lo cual la actualización y capacitación, pueden ser un tema muy atractivo. Ya que, si tienen a la mano el soporte técnico, la calidad, el precio y el producto disponible, las posibilidades de cerrar una venta incluso al término del evento, puede ser muy interesante para el negocio. Actualmente como ya antes mencionado contamos con un show room y con los productos exhibidos. Sin embargo, es de suma importancia darles vida a los muestrarios mostrando la instalación y utilización de los productos ya existentes e incluso innovadores. Es una gran ventaja que

podemos tener frente a la competencia y de esta forma estaríamos captando específicamente a nuestro cliente meta.

La comercialización de contenidos y la demostración física es un pilar fundamental, para el negocio, además que nos puede dar gran posición por medio del internet que ya cada vez se está volviendo más importante este medio para las marcas.

Sin embargo, debes estar bien atento y con ganas de trabajar para producir contenido de calidad que realmente marque la diferencia y te aporte resultados, puesto que en el mercado algunas marcas que han sabido aprovechar esta situación y han exprimido al máximo los beneficios que brinda un contenido original, creativo y entretenido. Así mismo, hay otras empresas que se dedican al comercio electrónico que parecen no haber entendido de qué se trata. Bioherrajes tiene en su slogan ¡Diseño y funcionalidad para tus muebles! Y de eso se trata nuestros productos que tengan una funcionalidad y verdadera utilidad en sus características mismas y su uso. Hoy en día es imprescindible contar una historia atractiva, ofrecer información útil y relevante, y que se note que existe una voz detrás de la marca que busca algo más que solo vender

Para todo este trabajo, es necesario analizar la frecuencia con la que debes publicar, en qué redes sociales promocionar tu contenido y qué días hacerlo. Es un trabajo que requiere profesionalidad, un análisis profundo y, fundamentalmente, una constancia en la calidad del contenido producido. Por ultimo sería recomendable asesorarse con una agencia de publicidad con la cual el costo de creación de contenido seguirá siendo un costo menor, que la inversión en publicidad en los medios tradicionales.

Conclusiones

En conclusión, Sainnox es una empresa chetumaleña con mucho potencial de crecimiento y desarrollo. Tenemos una gran oportunidad de innovación y permanencia en el mercado primeramente local y como consecuencia en el foráneo. Con una adecuada administración e inversión de los recursos económicos, se pueden eficientar las áreas administrativas operativas con el apoyo sin duda de tecnología y herramientas de trabajo, según los avances de nuevos productos y servicios, que facilita la productividad, el desarrollo, crecimiento y así tomar un mejor manejo y rapidez de las diferentes fuentes de ingreso.

La empresa necesita un nuevo método de trabajo que le permita eliminar y reducir el conjunto de problemas que se apoderan de ella en la actualidad. El método de organización actual que se emplea para almacenar la mercancía es uno de ellos, el espacio en bodega ya no es suficiente y esto, no es conveniente debido a que el establecimiento se encuentra en desorden. Actualmente no se cuenta con un responsable en bodega y los productos no están distribuidos por tipos o familias de acuerdo a sus características. Un solo operario no es suficiente para cubrir satisfactoriamente con la jornada laboral, además que el encargado de caja, hace la entrega de la mercancía, así mismo atender por sí solo, el total del volumen de los clientes que se puede presentar en un determinado momento del día. Se calculó el tiempo estándar (15.0279 min) resultando aceptable para la ejecución de la actividad, tomando en cuenta todos los factores que intervienen en el trabajo que realiza el operario durante el proceso de atención al cliente. El elemento “búsqueda y despacho del producto solicitado” es el que más tarda en ejecutarse, esto se debe a la mala organización de la mercancía en el local.

La falta de personal suficiente, está ocasionando fatiga del único personal que tenemos en piso, ya que según las necesidades del cliente y la empresa, algunas veces se extiende o se inicia anticipada la jornada laboral. Actualmente se tiene un programa de administración y de ventas muy básico, cual ya no supe las necesidades del negocio. Las limitaciones no permiten almacenar un volumen de 1500 productos en la base de datos, no permite que los reportes de ventas se puedan visualizar por producto o proveedor. Se tiene que estar

llevando un control en Excel, lo cual hace tardado los análisis de ventas y establecimiento de estrategias. Es muy importante considerar el cambio urgente a un sistema especializado con giro ferretero, el cual ofrece mucho más beneficios, así como una visión más amplia de la empresa. Todo proyecto después de un periodo de tiempo necesita reinventar su control y estrategias, el punto de venta “Bioherrajes” tiene abiertas sus puertas desde el 2014 lo cual es muy importante tomar en cuenta, los ajustes antes mencionados para un crecimiento ordenado en las fianzas, productos o servicios y personal.

En este proyecto; Comprendí que una empresa puede llegar hacer más que un sueño, si contamos y cuidamos con dos indispensables recursos: El recurso humano, y el recurso económico.

Cuando una empresa decide exportar o importar un producto, se encuentra con que hay que lidiar con varios procesos para que el producto llegue al cliente. Los procesos que envuelven un negocio internacional pueden parecer intimidantes En mi experiencia como estudiante de la licenciatura en Sistemas Comerciales, tuve un tope en el conocimiento para desarrollar en el campo laboral, en materia de comercio exterior, ya que las impartidas fueron comercio internacional I y comercio internacional II. En este último el conocimiento adquirido estuvo basado, principalmente en definiciones de comercio internacional, historias de intercambio de bienes y servicios entre los países, tratados de libre comercio entre con otros países. Sin embargo, me enfrente a un tema de comercio, aduanas y las **Reglas Generales de Comercio Exterior (RGCE)** y todo lo concerniente a ellas. Estas se entienden como un instrumento práctico en las operaciones de aduanas, del que todos los importadores y exportadores deben tener conocimiento básico. En el desarrollo de mis funciones como gerente general, aprendí a tener cuidado con la aduana, vigilar que no detenga tus productos, ya que 30% de los productos son detenidos, principalmente por la clasificación arancelaria y restricciones que el mismo puede tener al llegar a nuestro país. Dentro de los mismos temas se ve envuelto otra materia no menos importante que es Distribución, Logística y Trasportes. De la cual en materia de logística internacional se tuvo un conocimiento muy limitado. En este aspecto me vi en la necesidad de apoyarme en paqueterías internacionales como DHL GLOBAL, UPS Y NAVIERAS

INTERNACIONALES. Sin lugar a dudas las Agencias Aduanales, han sido un gran asesor para llevar a cabo este puesto y proyecto.

El uso del internet ha sido una gran herramienta de comunicación y medio de contacto con proveedores e intermediarios para lograr una importación exitosa. Un elemento clave en este camino es el freight forwarder o agente de carga que actúa como intermediario entre el cliente que lo contrata y los varios servicios de transportación y logística que están involucrados en que la carga llegue a su destino. Por lo general un forwarder, investiga y planea la mejor ruta, costos, tiempos de tránsito, etc., de acuerdo a la mercancía a transportar, negocia contratos con transportes internacionales, hace toda la documentación necesaria para el transporte, arreglan pagos y requisitos para la liberación de la carga en origen, la importancia de este intermediario es que siempre mantiene la comunicación y control a través de todo el viaje de la carga y asesora al cliente, una vez el transporte llegue a recinto fiscal mexicano como es nuestro caso. Este agente naviero establece relaciones con sus proveedores de servicios, para negociar el mejor precio, mejor ruta, que lleven como resultado una mejor rentabilidad mejorando costos y tiempos, para mover carga del punto A al punto B, el forwarders toman cuidado de cada detalle para entregar tu carga.

En definitiva, la experiencia y capacidad de un agente de carga para ofrecer una solución para la entrega de la mercancía es fundamental ya que Sainnox ha importado diferentes productos y el traslado de los mismos esta en consideración de las características de la carga, en logística los detalles son muy importantes, depende del producto el tratamiento que se le va dar, así como las variables, tiempos de entrega, costos, complejidad del manejo de la carga, seguridad y requerimientos de entrega.

En este camino de aprendizaje, el aspecto práctico me ha desarrollado profesionalmente, he visualizado y enfrentado al mundo laboral exitosamente.

Referencias

- Gobierno del Estado de Quintana Roo (1991). Decreto: "Por el que se crea la Universidad de Quintana Roo, como organismo descentralizado y de interés público y social del estado de Quintana Roo. En *Periódico Oficial de Gobierno del Estado de Quintana Roo*. Chetumal: Gobierno del Estado de Quintana Roo.
- Gómez Benítez, E. (2018). Microeconomía: cómo funciona un negocio. Recuperado de **<https://www.masscience.com/2018/04/13/microeconomia-como-funciona-un-negocio/>**
- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (2005). *Enciclopedia de los Municipios de México*. Recuperado de <http://quintanaroo.webnode.es/economia/>
- Universidad de Quintana Roo (2007). Plan de Estudios 2007. Licenciatura en Sistemas Comerciales. Chetumal: UQRoo
- Universidad de Quintana Roo (2017). Misión. Recuperado de <http://www.uqroo.mx/mision/>

