**Justificación del Proyecto**

**1. Objetivo General:** Implementar la planeación estratégica dentro del desarrollo y crecimiento de nuestra empresa, apoyado en las diferentes vías de desarrollo tecnológicas y presentar un resultado preliminar a la fecha establecida.

**2. Alcances:**

**2.1. Ámbito Geográfico:**

* **Venta Online:** <https://www.facebook.com/SharxGT>
* **Punto de Distribución #1:** Huehuetenango, Huehuetenango.
* **Punto de Distribución #2:** Malacatancito, Huehuetenango.

**2.2. Ámbito Institucional:**

* **SAT**
* **IGSS**
* **REGISTRO MERCANTIL**

**2.3. Ámbito Temático:** La empresa “Sharx” se dedica a la venta de productos tecnológicos en lìnea, especialmente de componentes de computadora de alto rendimiento enfocados a los clientes más exigentes.

**3. Información Comercial:**

**3.1. Clientes:** Estudiantes y profesionales.

**3.2. Competidores:** Intelaf, Macro Sistemas, Señor Explorer, Mega Informática.

**Diseño Empresarial**

**1. Planeación Estratégica**

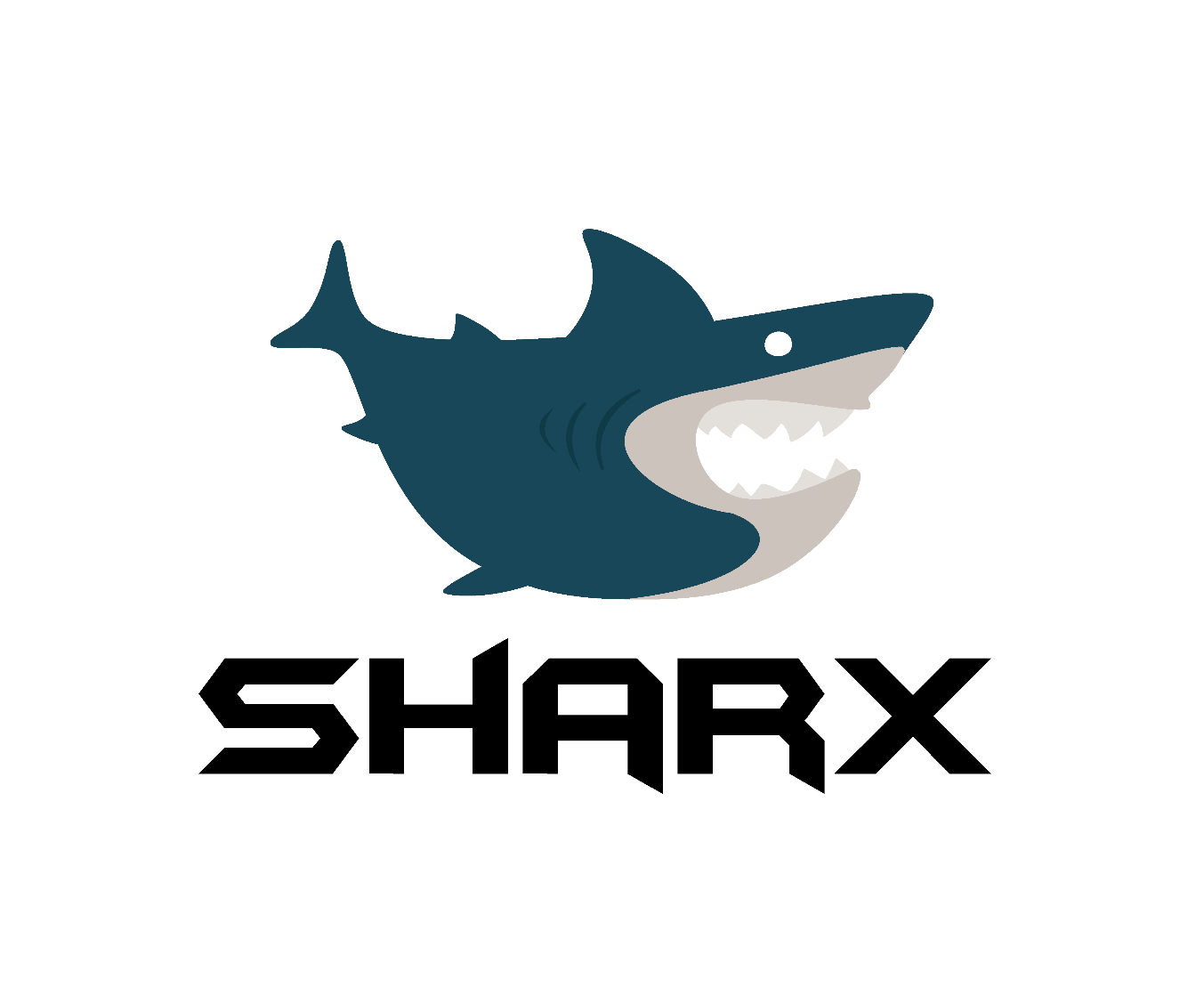
**1.1. Nombre Comercial:** Sharx

**1.2. Misión:** Somos una empresa dedicada a brindar productos y servicios tecnológicos de alto rendimiento enfocados a clientes que requieran un desempeño conforme a sus exigencias.

**1.3. Visión:** Ser la empresa de mayor calidad y servicio en el ámbito departamental y ser una de las más competitivas a nivel internacional, además de introducir en el mercado las más innovadoras tecnologías de la actualidad.

**1.4. Slogan:** Depredadores en innovación tecnológica.

**1.5. Logotipo:**



**1.6. FODA: (INVESTIGAR MÀS FODAS POR ÀREAS Y COMPLETAR LOS EXISTENTES)**

**1.6.1 ADMINISTRACIÓN**

|  |  |
| --- | --- |
| **FORTALEZAS** | **OPORTUNIDADES** |
| * Buena comunicación. * Organización. * Eficiencia. * Buen ambiente laboral. * Conocimiento respectivo de cada área laboral. | * Implementación de software administrativo. * Liderazgo Laissez-Faire. * Facilidad de implementar nuevas tecnologías. * Inclusión de nuevos procesos y protocolos. |
| **DEBILIDADES** | **AMENAZAS** |
| * Carencia de consultoría financiera. * Falta de salarios. * Incapacidad para ver errores. * Deficientes habilidades gerenciales. | * Falta de coordinación. * Incertidumbre en toma de decisiones. * Conflictos internos en la gerencia. * Retrasos de tiempo en la entrega por parte del proveedor. |

**1.6.2 VENTAS**

|  |  |
| --- | --- |
| **FORTALEZAS** | **OPORTUNIDADES** |
| * Pago contra-entrega. * Respuesta inmediata en redes sociales. * Mejores precios que la competencia. * Buena calidad del producto final. | * Mercado poco explotado. * Conocimiento del producto. * Disponibilidad de tiempo para entregas. * Mercado mal atendido. * Tendencias favorables en el mercado. |
| **DEBILIDADES** | **AMENAZAS** |
| * Stock limitado. * Limitación de tiempo al comprar stock. * Poca capacidad de acceso a créditos. * Poca diversidad de productos | * Robo de producto en entregas. * Competencia consolidada en el mercado. * Fluctuaciones del precio de los productos. * Baja demanda por temporada * Aumento del número de competidores |

**1.6.3 RECURSOS HUMANOS**

|  |  |
| --- | --- |
| **FORTALEZAS** | **OPORTUNIDADES** |
| * Personal altamente competente. * Trabajo en equipo. * Ampliación de programas de capacitación. * Baja conflictividad Laboral | * Capacitación adecuada para nuevos empleados. * Potencial programa de pasantía * Reuniones de evaluación de desempeño * Empresa atractiva nuevos empleados |
| **DEBILIDADES** | **AMENAZAS** |
| * Falta de empleados. * Falta de políticas y normas de convivencia. * Falta de capacitación y desarrollo del personal. * Carencia de departamento de RRHH. | * Desconocimiento al contratar personal. * Contratación de personal no apto para los puestos. * Problemas personales de los empleados * Falta de compromiso por parte de los pasantes hacia la empresa |

**1.6.4 FINANZAS**

|  |  |
| --- | --- |
| **FORTALEZAS** | **OPORTUNIDADES** |
| * Poca responsabilidad económica. * Rentabilidad a mediano plazo. * Sistemas de control interno | * Poder aumentar el flujo de efectivo. * Mercado con alta demanda. |
| **DEBILIDADES** | **AMENAZAS** |
| * Falta de recursos para contratar personal. * Capital limitado. | * Porcentaje menor de ganancia en ventas. * Posibilidad de fracaso. |

**1.6.5. MARKETING**

|  |  |
| --- | --- |
| **FORTALEZAS** | **OPORTUNIDADES** |
| * Facilidad de divulgación en redes sociales. * Medios de comunicación y soporte rápidos y eficientes con los clientes. * Recursos económicos suficientes enfocados al marketing en redes sociales. | * Constante crecimiento de publicidad en redes sociales. * Fácil acceso a las características de los productos. * Poca competencia publicitaria de empresas locales en redes sociales. |
| **DEBILIDADES** | **AMENAZAS** |
| * Poca experiencia en ecursos publicitarios. * Carencia de especialistas en el área. * Falta de recursos económicos a fines publicitarios a gran escala. | * La mayoría de las personas optan por un marketing de empresas conocidas. * Desinterés de la población en medios de comunicación locales. * Difamación por parte de externos. |

**1.7. Objetivos Estratégicos:**

**1.7.1. Administración:** Organizar los recursos tanto humanos como tecnológicos para lograr la mayor eficiencia y desempeño en actividades internas y externas de la empresa.

**Estrategia:** Desarrollar un sistema enfocado al control de ingresos o egresos de recursos financieros para agilizar el control y mejorar la toma de decisiones.

**1.7.2. Ventas:** Satisfacer las necesidades tecnológicas de nuestros clientes por medio de productos eficientes y de alta calidad.

**Estrategia:** Realizar pruebas de control de calidad para comprobar el estado y rendimiento de los productos, previo a su venta \*

**1.7.3. Finanzas:** Reinvertir un gran porcentaje de las ganancias netas obtenidas al mejoramiento de la empresa, especialmente en servicios como en productos.

**Estrategias:**

* Crear una cuenta mancomunal donde se refleje el estado financiero de le empresa.
* Buscar productos tecnológicos enfocados a las necesidades de nuestros clientes.
* Ampliar del inventario de la empresa adquiriendo nuevos productos.

**1.7.4. Marketing:** Crear publicidad que inspire una imagen de calidad y confianza, para poder llegar a todo el público.

**Estrategias:**

* Educar a la comunidad huehueteca sobre la importancia y ventajas de las tecnológicas actuales mediante talleres, conferencias y publicaciones en redes sociales.
* Compra de uniformes que identifiquen a los miembros de la empresa.
* Crear una campaña publicitaria y adquirir servicios de promoción en redes sociales.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ACTIVIDADES** | **FEBRERO** | | | | **MARZO** | | | | **ABRIL** | | | | | **MAYO** | | | | | **JUNIO** | | | | |
| **SEMANA** | | | | **SEMANA** | | | | **SEMANA** | | | | | **SEMANA** | | | | | **SEMANA** | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | | 2 | 3 | 4 | 1 | | 2 | 3 | 4 |  |
| **Creación de campaña publicitaria en Facebook** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  |
|  |
|  |
|  |
| **Impartir talleres sobre hardware en las diferentes carreras de la Universidad** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  |
|  |
|  |
|  |
|  |
| **Creación de página web eComerce** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  |
|  |
|  |
| **Creación de camisas, gorras y demás accesorios de distinción de la empresa** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  |
|  |
|  |
|  |
|  |