



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD: IZTAPALAPA

DIVISION: CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

CARRERA: ADMINISTRACION

MATERIA: SEMINARIO DE INVESTIGACION

TITULO: CREACION DE UNA EMPRESA...
Una alternativa de desarrollo independiente.

FECHA: MAYO 1999

ALUMNO: MANZANO PEÑA LUIS ENRIQUE

MATRICULA: 93226263

ASESOR: MTRO. EDUARDO VILLEGAS HERNANDEZ

SE autoriza
29/Abr/1999

A mi madre...

Por darme la vida.

Por transformar el niño de ayer en el hombre de hoy.

Por cultivar en mí valores inapreciables.

Por darme la fuerza para superar los obstáculos.

Por ser un ejemplo de tenacidad y esfuerzo.

Por todo esto y muchas cosas más...

mil gracias mamá !

a Tere.

Con cariño, respeto y admiración.

Gracias por coincidir.

a Zulai.

Con la esperanza de alcanzar mejores tiempos.

a mis amigos.

Por acompañar incondicionalmente los momentos de mi existencia.

Por darme la certeza de poder contar con su presencia.

a mi familia.

Por todo el apoyo otorgado y la paciencia manifestada.

INDICE GENERAL

INTRODUCCION	5
CAPITULO I MARCO DE REFERENCIA.	7
1.1 Evolución histórica del empresario.	9
1.2 Características individuales del empresario.	11
1.3 Crear o adquirir una empresa.	12
1.4 Estructura general de la creación de una negocio.	15
CAPITULO II LA IDEA.	16
2.1 La fuente de las ideas: ¿Dónde comenzar a buscar?.	18
2.2 La oportunidad esta cerca: La clasificación de Kuriloff.	18
2.3 Partir de la propia experiencia: La clasificación de Drucker.	19
CAPITULO III EL MERCADO.	22
3.1 Segmentación del mercado.	23
3.2 Selección del mercado meta.	25
3.3 Posicionamiento.	25
3.4 Las empresas de servicios: Consideraciones específicas.	26

CAPITULO IV LOS RECURSOS DE LA EMPRESA.	30
4.1 <i>Los recursos materiales.</i>	31
4.2 <i>Los recursos humanos.</i>	32
4.3 <i>Los recursos financieros.</i>	33
CAPITULO V EL FINANCIAMIENTO.	35
5.1 <i>El mercado de valores.</i>	37
5.2 <i>La banca.</i>	40
5.2.1 <i>Requisitos para ser sujeto de crédito.</i>	40
5.2.2 <i>Diferentes tipos de Crédito Bancario.</i>	41
5.3 <i>Nacional Financiera, S.N.C.</i>	47
5.3.1 <i>Operaciones de Crédito de Segundo Piso.</i>	49
5.3.2 <i>Créditos a Tasa Fija.</i>	51
5.3.3 <i>Programa de Garantías.</i>	52
5.3.4 <i>Operaciones de Crédito de Primer Piso.</i>	54
5.3.5 <i>Programa de Aportación Accionaria.</i>	55
5.3.6 <i>Programa de Desarrollo de Proveedores.</i>	57
5.3.7 <i>Programa de Apoyo a Empresas Integradoras.</i>	60
5.3.8 <i>Capacitación y Asistencia Técnica.</i>	60
5.3.9 <i>Servicios Fiduciarios, de Valuación y Diagnóstico.</i>	62
5.3.10 <i>Banca de inversión.</i>	63
5.3.11 <i>Operaciones Internacionales.</i>	65

5.3.12 Alianzas Estratégicas.	66
5.4 Grupos financieros no bancarios.	66
5.4.1 Arrendamiento.	66
5.4.2 Factoraje.	68
5.4.3 Afianzadoras.	71
5.4.4 Almacenadora.	72
5.5 Finanzas informales.	76
5.6 Financiamiento propio.	77
CAPITULO VI LA FORMA JURIDICA.	79
CAPITULO VII TRAMITES PARA DAR DE ALTA UN NEGOCIO EN LA CO. DE MEXICO.	82
7.1 Constancia de zonificación de uso de suelo.	83
7.2 Licencia de uso de suelo.	84
7.3 Registro Federal de Contribuyentes.	85
7.4 Padrón Delegacional.	87
7.5 Aviso de manifestación estadística.	87
7.6 Alta ante la Cámara de Comercio.	88
7.7 Licencia sanitaria.	89
7.8 Aviso de apertura.	90
7.9 Visto bueno de prevención de incendios.	91
7.10 Licencia de funcionamiento.	91

<i>7.11 Declaración de apertura.</i>	<i>93</i>
<i>7.12 Licencia de anuncio.</i>	<i>93</i>
<i>7.13 Visto bueno de seguridad y operación.</i>	<i>95</i>
<i>7.14 Traspaso.</i>	<i>95</i>
<i>7.15 Programa de protección civil.</i>	<i>96</i>
<i>7.16 Trabajadores o empleados.</i>	<i>97</i>
<i>7.17 Requisitos que deben cumplirse en las visitas de inspección.</i>	<i>98</i>
CAPITULO CASO PRACTICO: Formación de una	100
VIII Comercializadora de Papelería.	
CONCLUSIONES	112
BIBLIOGRAFIA	114

INTRODUCCION

En la actualidad, la gran mayoría de las personas (principalmente las jóvenes) han pensado en algún momento en iniciar una empresa propia, de alguna manera el gobierno ha "fomentado" en los últimos años éstas iniciativas mediante la puesta en marcha de diversos programas que alientan al ciudadano a ser dueño de su propio destino.

Quizás en la mente de muchas personas existan ideas atractivas de crecimiento independiente y que no se realizan por motivos que tal vez parezcan insalvables, pero que con fuerte iniciativa y conocimientos pueden tener un brillante futuro.

Sin embargo, es importante que no todo se quede en sólo una idea, sino llevar a cabo en la medida de lo posible todas estas inquietudes latentes en el individuo.

Por otro lado, debe existir una plena conciencia en cada persona de sus alcances y limitaciones para no lanzarse a la deriva en una aventura sin futuro que en lugar de proporcionarle beneficios, le ocasione fuertes pérdidas en todos los aspectos de su vida.

La presente investigación tiene como objetivo primordial el proporcionar los elementos necesarios para que cada individuo realice un análisis necesario y exhaustivo "a priori" de todos los aspectos que implica el crear una **micro empresa**, sea cual fuere su actividad a desarrollar.

En el *primer capítulo*, se expresan los antecedentes históricos del término empresa y empresario, su evolución hasta la actualidad así como las características individuales de ser empresario.

Una vez obtenida la visión del significado de empresa y empresario, el primer concepto con que se inicia una empresa es la idea (*capítulo dos*), en que consiste ésta, donde pueden estar sus orígenes, que oportunidad puede tener y la viabilidad de la misma.

El *capítulo tres* hace referencia al análisis del mercado, que es de suma importancia para dilucidar una posible toma de decisiones en favor o en contra de iniciar una empresa propia; cómo detectar los tipos de mercados de acuerdo con la idea a desarrollar, como segmentar el mismo y que políticas de penetración serían las más indicadas para acceder a éste. Además, se anexa un aspecto importante relacionado con las empresas de servicios.

Ahora bien, es de primordial interés analizar los recursos de la empresa (*capítulo cuatro*), tales como recursos materiales, humanos y financieros, que repercutirán de forma primordial en el accionar de toda organización.

El *capítulo cinco* relativo al financiamiento posee gran relevancia porque la visión que se pueda tener en una empresa (principalmente las micro) relativo a la forma de obtener un financiamiento de acuerdo a las posibilidades particulares, repercutirá en la creación de la misma. Se deben conocer todas las opciones que existen actualmente en México, y a cuales se puede acceder de acuerdo a las características particulares del solicitante (en este caso el micro empresario).

En el *capítulo seis* se aborda el tema de la forma jurídica que caracterizará a la empresa, dicha forma jurídica consiste en determinar que derechos y obligaciones poseerá la organización y cual será su situación legal para operar.

Merece un trato especial el *capítulo siete* donde se mencionan los requisitos que debe cumplir cualquier establecimiento o empresa que desee realizar actividades en el Distrito Federal, así como su forma de operar en dicha entidad federativa.

Por último, se expone un *capítulo* relacionado con un caso práctico de la creación de una comercializadora de papelería, en donde se mencionan cada uno de los puntos importantes anteriormente mencionados.

Muy importante es señalar que ésta investigación simplemente cumple con el objetivo de proporcionar una guía al futuro empresario de todos los tópicos a considerar previo al momento de decidir sobre el nuevo negocio. La decisión final está en manos del interesado en crear o no su propia empresa.



CAPITULO I

MARCO DE REFERENCIA

El estudio de la empresa esta íntimamente ligado con el estudio del empresario mismo, el cual personaliza la actuación de aquella, siendo la figura representativa que, según sus motivaciones, persigue unos objetivos coherentes con los fines a conseguir por la empresa en determinado intervalo temporal. Para ello, habrán de adoptarse algunas decisiones, bajo ciertas condiciones por las que se elegirán aquellas estrategias que permitan la consecución de los objetivos.¹

Fue Cantillon el que introdujo por primera vez el término *entrepreneur* (empresario) y lo definió como:

“El agente que compra medios de producción a ciertos precios, para combinarlos en un producto que venderá a un precio incierto en el momento del compromiso de sus costes”.

Los economistas clásicos no mostraron gran interés por el trabajo y actividades del empresario, Adam Smith señalaba al empresario como al mercader o contratista para describir sus actividades.

Para ellos, los procesos de producción funcionaban por sí solos, eran automáticos o vinculaban la figura del capitalista con la del empresario: proveer el capital real y nada más.

Alfred Marshall, establece la relación entre *entrepreneur y manager*, y es aquí, donde los economistas comienzan a interesarse y a analizar las funciones separables de capitalista y empresario a mediados del siglo XIX.

Se conceptúa al empresario como:

- Como la persona encargada de obtener retribuciones económicas (ganar dinero).
- El que organiza, combina, dirige y controla los factores de producción para obtener productos, mismos que venderá en el mercado.
- Como la persona encargada de asumir el riesgo del dueño, asegurando una rentabilidad a este último.
- Como una persona creadora y con sentido de la innovación.
- Como un hombre práctico que hace análisis económico.

Para Schumpeter, la función empresarial puede entenderse por dos vías diferentes: La primera considerando de su labor característica es la de combinar, planificar y dirigir. Es una función rectora en el campo económico,

¹ BUENO CAMPOS E. y otros: *Economía de la empresa, análisis de las decisiones empresariales*. Edit. Pirámide. Madrid, 1989. Citado por MAQUEDA LAFUENTE (1991). pp. 19

las combinaciones a realizar no serán heredadas del pasado, debiendo ser establecidas de nuevo, planteándose nuevos problemas en su toma de decisiones.

La segunda considera que para tener una comprensión realista de la función empresarial, se ha de analizar la naturaleza y fuente de sus ganancias.

Schumpeter expone la conceptualización del empresario en cinco apartados:²

- Se necesita una palabra, <empresario>. Pero ésta función empresarial lleva a otros significados: <innovador>, <dirigente de negocios>...
- La realidad nunca ofrece en sí y por sí sola. No existe la función empresarial pura.
- Como el ser empresario consiste esencialmente en hacer cosas que no se hacen generalmente en el curso ordinario de la rutina de los negocios, es un fenómeno que cae dentro del aspecto más amplio de liderazgo.
- La retribución del empresario presenta dificultades en cuanto a su conceptualización, ya que el empresario debe recibir una retribución por el trabajo personal que ha aportado a la dirección de empresa.
- La función empresarial no tiene por qué recaer en una persona física, y en especial en una sola persona física.

En resumen, se puede conceptualizar al empresario como órgano individual o colectivo que establece los objetivos empresariales y toma las decisiones oportunas para alcanzarlos.

I.1. - EVOLUCION HISTORICA DEL EMPRESARIO.

Se puede tomar como punto de partida las transformaciones operadas por la Revolución Industrial de la Inglaterra del siglo XVIII. El empresario y el propietario son la misma persona, la cual posee los medios de producción; por tanto, los intereses de la empresa y del empresario son uno mismo.

“El empresario es el sujeto que enfoca sus habilidades y conocimientos en el manejo de la empresa y, por lo tanto, afronta los riesgos (capital) inherentes a la actividad.”

² Citado por MAQUEDA LAFUENTE, FRANCISCO: *Creación y dirección de empresas. Edit. Ariel. España 1991. Pp. 20*

Este primer concepto de empresario se vuelve obsoleto debido a la dinámica del sistema de producción emergente, el desarrollo tecnológico ocasiona producciones en serie cada vez mayores, a la vez que una mayor productividad de la mano de obra e incrementa los mercados de consumo, ya que las retribuciones salariales crean un mayor poder de compra y las grandes series reduce los costos.

Como consecuencia, las unidades de producción se expanden y, por lo tanto, se requiere un volumen mayor de capital para financiarlas. Ante las dificultades que supone el hacer frente a estas exigencias con un único patrimonio, nacen las grandes sociedades en las que varios propietarios financieros conjuntan la empresa. Aparece así una nueva visión del empresario (entidades sociales), al mismo tiempo que se empiezan a disociar los objetivos del empresario y del capitalista.

Al adaptarse la empresa al cambio social, el capital obtenido es confiado a un empresario profesional respaldado por sus conocimientos respecto a la toma de decisiones, interpretación del mercado, análisis financiero, tecnologías, etc. Este paso trae consigo una fase del capitalismo avanzado en la que el capital, dividido en acciones, elige al empresario en función de sus capacidades.

Es así como se llega al empresario profesional o empresario control, el cual afronta un riesgo profesional y no patrimonial. Lo que está en juego ahora es el propio puesto del empresario que ha de buscar una continuidad en el mismo, que depende por una parte de los accionistas y, por la otra, del crecimiento de la empresa que incrementa su poder y le brinde alternativas de cambio hacia otros puestos más atractivos en otras empresas.

En resumen, el concepto actual del empresario es el de un órgano individual o con mayor frecuencia colegiado, que toma decisiones oportunas para la consecución de unos objetivos que dependen de los grupos de interés presentes en la empresa.³

Dichos grupos se pueden clasificar en:

- Propietarios o accionistas.
- Directivos o administradores.
- Trabajadores.

³ MAQUEDA LAFUENTE FRANCISCO: *Creación y dirección de empresas. Edit. Ariel. España 1991. Pp. 23*

1.2. - CARACTERISTICAS INDIVIDUALES DEL EMPRESARIO.

Es importante hacer referencia que estas características serían las “ideales” en todo empresario; sin embargo, en la realidad se observa que resulta casi imposible el poseerlas todas. Por tanto, el grado en que se cumplan la mayoría de las mismas, determinará la capacidad del empresario para hacer frente no sólo a la organización en donde está inmerso, sino también al medio ambiente tan cambiante de la actualidad. Francisco Maqueda (1991) propone las siguientes característica o cualidades que debe poseer todo empresario:

- **Autoanálisis.** Generalmente, el empresario se exige a sí mismo una ejecución impecable del trabajo y buenos resultados, y no se satisface con menos; su objetivo es realizar tareas que valgan la pena y constituyan retos.
- **El empresario no es aventurero.** Prefiere los riesgos moderados a la especulación arriesgada, las personas con un grado de necesidad de realización escogen un camino medio entre el arriesgarse a lo loco y el minimizar sus posibilidades de perder. Desea un riesgo moderado, lo suficiente para que resulte emocionante, pero con una esperanza razonable de ganar.
- **Conoce su propia capacidad.** Está dispuesto a asumir la responsabilidad de cualquier proyecto o tarea que crea poder dirigir con éxito valiéndose de sus propias competencias; su actitud es la de realismo agresivo, la entrega sobre la tarea se basa en su habilidad para influir con éxito en los resultados.
- **Observa y aprovecha rápidamente las oportunidades.** Demuestra una mentalidad creadora y convierte la oportunidad que observa en programas de acción, prevé y planea con cuidado la manera de llegar a donde quiere ir; está a favor de las decisiones lógicas basadas en hechos; a menudo, descubre nuevas formas de allanar los obstáculos que se le presentan.
- **Búsqueda de retroinformación.** El empresario busca inmediatamente información sobre la marcha de sus actividades, quiere rápidamente datos sobre los resultados que ha obtenido.
- **Optimismo hacia el exterior.** Las personas emprendedoras no ven razón alguna por la que no vayan a salir beneficiadas gracias a su habilidad. Siguen adelante ante la falta de directrices y, frecuentemente, sacan el mayor partido de cualquier tipo de oportunidad existente.

- **Tiene respeto por el dinero.** El dinero es como las fichas de un juego que tiene que atesorar, cuando sus gestiones obtienen beneficios, las considera como indicador de que está ganando la partida.
- **El beneficio como señal de respuesta.** Si el negocio es prospero, significa que sus actividades son sólidas y deben ser reforzadas o ampliadas. Si el beneficio disminuye, debe identificar y solucionar los problemas que causan esta disminución.
- **Planifica el mundo.** Planifica el mundo en que se desarrolla su negocio como a él le gustaría que fuese, trabaja con empeño para hacer de sus planes una realidad.

Esta cualidad constituye la esencia de una dirección activa y con previsión. Una dirección de este tipo es la base del éxito de las pequeñas empresas.

- **Actitud de realizador.** Las motivaciones de realización se pueden incrementar aprendiendo a pensar como realizador. Para ello debe dirigir sus fantasías hacia la conquista de metas que merezcan la pena, hay que imponerse unas normas exigentes al considerar lo que se desea hacer.
- **El uso del lenguaje.** Es aconsejable la adopción de un lenguaje inspirado en la realización y usarlo siempre que se pueda para contribuir a reforzar las motivaciones de realización. Hay que tratar de usar un lenguaje positivo para apoyar los pensamientos positivos, sin ser drásticos al hacerlo.
- **Aprovecha las oportunidades.** El empresario próspero aprovecha las oportunidades de mejora y obtiene éxito actuando de forma creadora y positiva. La parte principal del éxito de los empresarios se debe a su innovación y creatividad.

1.3. - CREAR O ADQUIRIR UNA EMPRESA.

Al momento de iniciar la actividad empresarial surgen primeramente dos alternativas que es preciso analizar con detalle. Definir si se habrá de iniciar una nueva empresa o si hay que comprar una empresa ya operando. La respuesta a estas alternativas puede variar en cada caso, considerando además muchos otros factores que pueden influir al momento de tomar una decisión adecuada.

Ventajas y desventajas de adquirir una empresa existente.⁴

VENTAJAS

- ✓ Es un negocio probado, lo cual reduce el riesgo y con frecuencia, hace más fácil su financiamiento.
- ✓ Reduce esfuerzo, tiempo y costo requeridos para crear una nueva.
- ✓ Una empresa establecida cuenta ya con la preferencia de clientes.
- ✓ Las líneas de crédito y de compras ya han sido establecidas.
- ✓ El inventario y equipo necesarios ya están disponibles.
- ✓ Se cuenta con personal ya contratado y capacitado.
- ✓ Habrá menos incertidumbre al existir registros contables que permitan su proyección, análisis y evaluación financiera.
- ✓ Se puede comprar una empresa a un precio de oportunidad.

DESVENTAJAS

- ✗ La empresa puede estar en venta por estar generando pérdidas.
- ✗ Habrá que ser cautelosos para determinar la razón de su venta.
- ✗ La existencia de mala disposición de clientes, proveedores y de los acreedores ante la transferencia.
- ✗ El personal puede no ser del todo deseable, y difícil de sustituir debido a problemas sindicales u otras causas.
- ✗ La localización de la empresa puede no ser la mejor.
- ✗ La falta de adecuación física del edificio puede requerir ciertas modificaciones substanciales.
- ✗ Limitación de innovaciones debido a las instalaciones existentes.
- ✗ La dificultad de determinar el precio justo y real de una empresa en operación.
- ✗ No encontrar el tipo de empresa que se busca, dentro de un mercado determinado

Tanto las ventajas como las desventajas deben analizarse aunadas a cuestiones como: por qué desea vender el actual propietario, las condiciones financieras, cuál es su mercado actual, situación de las instalaciones físicas, aspectos legales, valor de la empresa, etc.

Por diversas razones, las personas prefieren iniciar una empresa completamente nueva en lugar de comprar una ya operando. Entre las cuales se pueden reseñar las siguientes:

⁴RODRIGUEZ VALENCIA JOAQUIN: "Como administrar pequeñas y medianas empresas". Edit. ECAFSA. México, 1997. Pp. 135-137

Ventajas y desventajas de una nueva empresa.⁵

VENTAJAS

- ✓ El propietario puede elegir su propia ubicación, productos, servicios, personal, proveedores, bancos, etc.
- ✓ Las instalaciones físicas pueden construirse de acuerdo con el uso más eficaz de la empresa planeada.
- ✓ Todas las fases de emprender una nueva empresa pueden ser establecidas por el propietario, sin tener que cambiar nada.
- ✓ La facilidad de crear una imagen (como la de precios, servicios, atención al cliente, etc.) que el propietario desee.
- ✓ Se puede formar una clientela leal sin que se presuma ninguna mala voluntad de una empresa existente.
- ✓ Pueden no existir empresas al tipo deseado por el propietario.

DESVENTAJAS

- ✗ Existe un factor de alto riesgo en el inicio de la empresa.
- ✗ En ocasiones toma tiempo considerable y una inversión costosa el crear una clientela continua.
- ✗ Se dificulta la captación de fondos para iniciar una empresa que para una ya existente.
- ✗ En general, requiere tiempo considerable lograr una adecuada operatividad de la empresa (procesos, políticas centrales).
- ✗ Se deben establecer líneas de crédito y aprovisionamiento.

Existen dos razones válidas que pueden justificar el establecer una nueva empresa en donde existen similares:

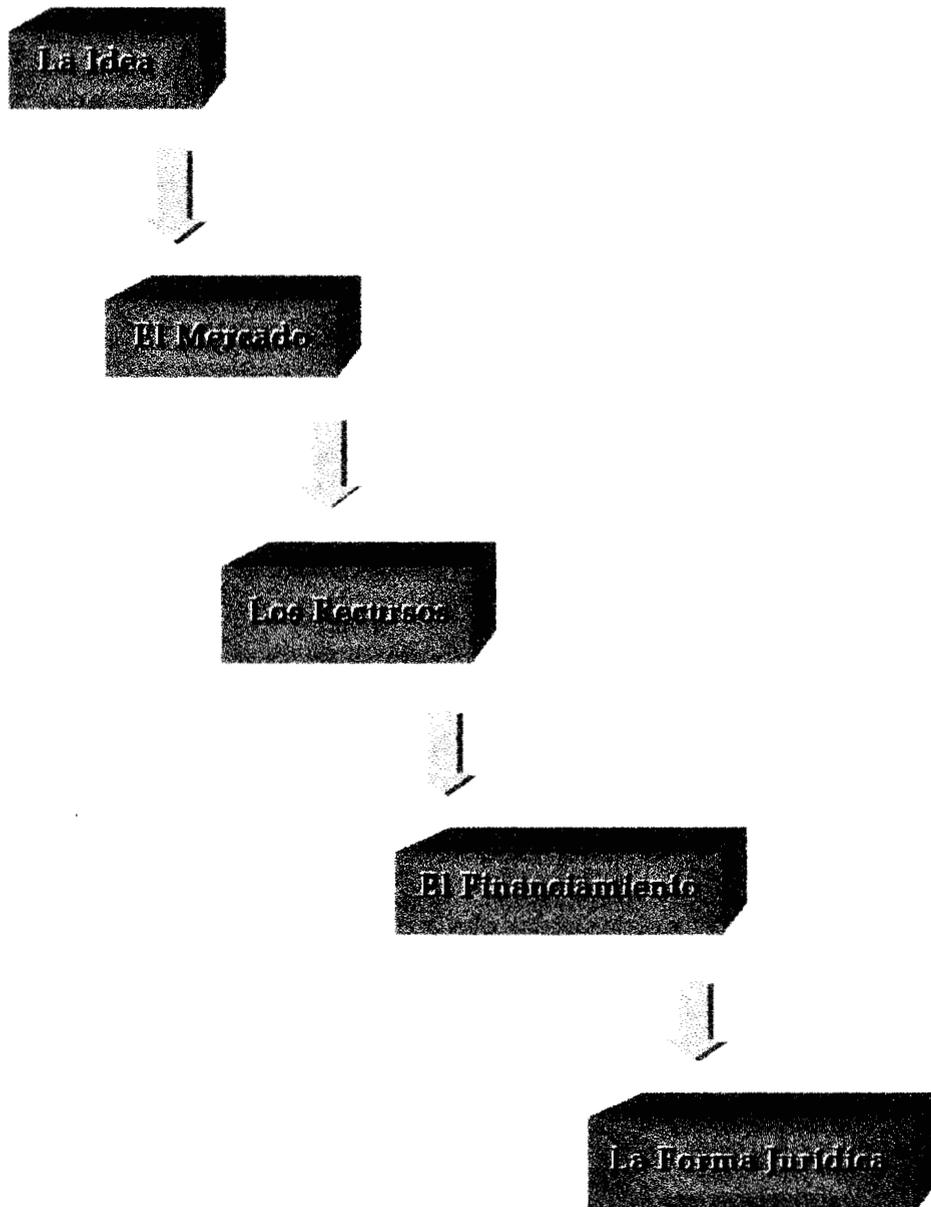
- Una expansión real y permanente del mercado que haga que éste no esté siendo cubierto adecuadamente por las empresas ya existentes.
- Una administración deficiente de las empresas existentes es el resultado de que el mercado no esté cubierto adecuadamente por éstas.

En contraparte, puede existir igual número de razones para empezar una empresa en un giro totalmente nuevo:

- Que haya sido creado un nuevo producto que sea útil y necesario para el mercado de consumo.
- Que se haya creado un nuevo servicio que el público use y pague por él.

⁵ RODRIGUEZ VALENCIA JOAQUIN: "Como administrar pequeñas y medianas empresas". Edit. ECAFSA. México, 1997. Pp. 140-141

1.9. - ESTRUCTURA GENERAL DE LA CREACION DE UN NEGOCIO.





CAPITULO II

LA IDEA

Una vez que una persona decide convertirse en empresario, es muy probable que le asalte de inmediato una importante duda: ¿Qué voy a vender?.

Si se profundiza en este cuestionamiento, automáticamente esa interrogante inicial se convierte en la siguiente: ¿Tengo alguna idea de negocio atractiva?.

Todo proyecto de creación de una nueva empresa nace en torno a una idea, más o menos precisa, más o menos cuantificada, más o menos intuitiva. Una buena idea puede ser de un producto o servicio nuevo, o de una nueva forma de elaborar un producto o brindar un servicio.

Para llevar a cabo la creación de una empresa se necesita partir siempre de la concepción de una idea a desarrollar. Muchas veces la idea no es del todo nueva, sino que por el contrario viene a mejorar o a complementar ideas de empresas que ofrecen determinados productos o servicios.

Lo importante es saber qué es lo que se quiere hacer y, al mismo tiempo, que se haya detectado una necesidad en el mercado para introducir o desarrollar el producto o el servicio.

En algunas ocasiones, dependiendo de la complejidad o el volumen de nuestra idea inicial, es conveniente establecer un contacto con otros profesionales, de la misma o distinta especialidad a la propia, según el caso, que puedan estar interesados en colaborar en el desarrollo de un proyecto en común.

No se debe olvidar que en la génesis de muchas de las grandes empresas que hoy se conocen, jugó un papel definitivo la innovación, hasta el punto que fue ese un factor clave de la conversión de un pequeño negocio en una compañía internacional de prestigio.

Para crear una empresa no es necesario ser un inventor. La mayoría de las ideas de las que surgen nuevos negocios no parten directamente de los grandes descubrimiento técnicos, sino de la observación atenta de los cambios y de las nuevas necesidades que se producen en la economía y en la sociedad que los rodea.

A lo largo de la historia económica, la “innovación social” ha tenido mayor trascendencia que la “innovación tecnológica”.⁶ La idea de la innovación no ha de ser necesariamente ni técnica ni corpórea (una cosa); pocas innovaciones técnicas han podido compararse con innovaciones sociales como fueron en su época la venta a crédito o los seguros.

De ahí pues, la importancia de observar con atención la vida cotidiana y la vida económica, empezando con la observación de lo que ocurre en el propio trabajo realizado hasta el momento y que el empresario conoce bien.⁷

De hecho, las fuentes de donde pueden obtenerse buenas ideas sobre oportunidades de negocios son muy diversas y suelen hallarse más cerca del propio individuo de lo que suele pensarse.

2.1. - LA FUENTE DE LAS IDEAS: ¿Dónde comenzar a buscar?.

Si no se cuenta con la imaginación suficiente para desarrollar una buena idea por uno mismo, o con ese olfato para los negocios que se les supone a los grandes empresarios de la historia, existen múltiples fuentes de inspiración disponibles que pueden conducir a la o las grandes ideas.

Se tiene como ejemplo, dos clasificaciones sobre fuentes de ideas para nuevos negocios de dos autores americanos con larga experiencia: Arthur Kuriloff y Peter Drucker.

2.2. - LA OPORTUNIDAD ESTA CERCA: La clasificación de Kuriloff.

Arthur H. Kuriloff y John M. Hemphill destacan que “*las oportunidades se encuentran a menudo cerca del propio emprendedor*”.⁸

⁶ DRUCKER, PETER F.: *Innovation and entrepreneurship. Practice and principles.* Harper and Row Publisher. NY, 1985. Citado por LUDEVID MANUEL y OLLE MONTSERRAT: *Como crear su propia empresa.* Edit. Alfaomega. México 1993. Pp. 10

⁷ CASPAR, PIERRE y otros: *Creer votre enterprise.* Les éditions d’organisation. París. 1985. Citado ibidem. Pp. 10

⁸ KURILOFF, ARTHUR H.; HEMPHILL JOHN M.: *Cómo hacer rentable un negocio desde el principio. Factores básicos de eficacia.* Edit. Deusto. Bilbao. 1984. Citado ibidem. Pp. 10

Para estos autores, las principales fuentes de ideas para nuevos negocios son las siguientes:

* *La innovación.* La invención es muy a menudo el resultado de la percepción clara de una necesidad. Puede tratarse de una cosa muy sencilla hasta algo muy complejo, pueden ser desde inventos muy baratos hasta algunos extraordinariamente costosos.

* *El interés personal o las hobbies.* La idea puede surgir a partir de los propios intereses o hobbies de la persona emprendedora. Como ejemplo, la fotografía, fabricación casera de pasteles, reciclaje de basura, etc.

* *La observación de las tendencias sociales.* La observación de la aparición de nuevas tendencias en ámbitos tan distintos como la moda o el empleo del tiempo libre, pueden ser el origen de una idea de creación de empresa.

* *La observación de la deficiencia de los demás.* Analizar las disfunciones y los errores de otras actividades empresariales puede dar lugar a la aparición de nuevas ideas.

* *La observación de una ausencia.* El responder a una pregunta ¿Por qué no hay una cosa para hacer esto?, Puede ser el origen de una idea. Como ejemplo, la maquina abrelatas o el pincel de un solo uso.

* *El descubrimiento de nuevos usos para cosas ordinarias.* Reflexionando sobre productos corrientes, pueden surgir ideas sobre aplicaciones inéditas de los mismos. Como ejemplo, la utilización de materiales ordinarios de la construcción como elemento decorativo.

* *La deserción del empleo actual.* Otras ideas surgen a partir de la decisión de algunas personas de abandonar su empleo actual y dedicarse a mejorar un producto o servicio que conoce bien a raíz de su anterior ocupación.

2.3. - PARTIR DE LA PROPIA EXPERIENCIA. La clasificación de Drucker.

Peter Drucker hace énfasis en la importancia de partir de la propia experiencia, en la empresa o en el sector de que se trate, a la hora de pensar en fuentes de nuevas ideas.

Para Drucker, *la innovación o el descubrimiento de nuevas oportunidades de negocio es un término más económico y social que técnico*,⁹ de ahí la prioridad de partir del análisis de los cambios que se operan tanto en la oferta como en la demanda de lo que el emprendedor puede conocer mejor como fruto de su previa experiencia empresarial o económica. Drucker distingue siete principales fuentes de oportunidades innovadoras.

* *Lo inesperado.* Lo inesperado constituye la primera fuente de ideas. Un éxito inesperado, un fracaso inesperado o un acontecimiento exterior asimismo inesperado.

* *La incongruencia.* Cuando existen discrepancias entre lo que debería ser y lo que es, se habla de incongruencias. Observar las incongruencias puede ser una buena fuente de ideas, puede tratarse de incongruencias entre la realidad económica de determinado sector industrial o de servicios, o entre la realidad de ese sector y las concepciones que la gente tiene sobre él. Puede tratarse también, de incongruencias entre los esfuerzos realizados por el sector y los valores y expectativas de sus clientes.

* *Una necesidad de proceso.* La observación puede realizarse también en torno a la forma como se realiza el trabajo. De ahí pueden surgir nuevas oportunidades basándose en perfeccionar un proceso que ya existe, reemplazar una operación que es deficiente o rediseñar un viejo proceso existente a partir de los nuevos conocimientos disponibles.

* *Los cambios en la estructura de la industria o del mercado.* Un análisis de los cambios operados en la estructura de un sector económico (ya sea industrial o de servicios) o en el mercado puede ser una buena fuente de ideas, especialmente hoy en día en que los cambios son cada vez más frecuentes y rápidos.

Las oportunidades para nuevos negocios son particularmente claras en aquellos sectores y mercados dominados por un gran productor o proveedor, o por muy pocos de ellos. Su posición consolidada durante años suele llevarles a la arrogancia, y a considerar al recién llegado como un amateur insignificante.

* *La demografía.* Los cambios operados en el tamaño de la población, la edad de los ciudadanos y sus características en términos de

⁹ DRUCKER, PETER F.: *Innovation and entrepreneurship. Practice and principles.* Harper and Row Publisher. NY, 1985. Citado ibídem Pp. 11

empleo (trabajo), nivel educativo y nivel de renta; representan buenas fuentes de ideas para desarrollar nuevos negocios.

* *Los cambios en la percepción de la gente.* La forma en que la gente percibe las cosas y la significación que da a las mismas cambian de manera notable con el tiempo, apreciar a tiempo estos cambios es otra fuente de ideas.

* *Los nuevos conocimientos.* A pesar de que es la que goza de mayor publicidad en la opinión pública, la fuente de nuevas oportunidades que surge de los nuevos conocimientos es la que es menos predecible por lo que se refiere a sus posibilidades de éxito.

Los riesgos que este tipo de ideas conlleva son elevados, especialmente si se habla de nuevos conocimientos en materia de ciencia y tecnología; no así cuando se trata de nuevos conocimientos de tipo social, los cuales tienen normalmente un riesgo todavía menor.

De los enfoques anteriores, se puede resumir una conclusión principal: es fundamental observar los cambios que se producen en el entorno empresarial, económico y social. Dicha observación debe ser sistemática, organizada y rigurosa, no basada en la pura intuición, sino en datos objetivables y validados por el contacto directo.

Puede ser mejor oportunidad de negocio una idea modesta surgida de la observación social que un aparentemente brillante invento técnico, y lo que es más importante, la primera opción es mucho menos arriesgada que la segunda.



CAPITULO III

EL MERCADO

Uno de los aspectos importantes al iniciar la creación de una empresa es plantear una correcta planeación de mercadotecnia, tomando en cuenta las características del mercado al cual se pretende incursionar.

Una empresa que desea operar en un mercado amplio (ya sea de consumo, industrial, de reventa, gubernamental, etc.) debe reconocer que por lo general no puede servir a todos los clientes de dicho mercado.

Los clientes son muy numerosos, están dispersos y varían sus requerimientos de compra; por tanto, la empresa en lugar de competir en cualquier parte, con frecuencia contra fuerzas superiores, necesita identificar los segmentos de mercado más atractivos, a los cuales puede servir con eficiencia.

De lo anterior, se observa que se necesita implementar un plan mercadológico efectivo para poder alcanzar un éxito estratégico en el mercado. La esencia de la estrategia de la mercadotecnia moderna puede describirse como mercadotecnia SMP (Segmentación, selección de Metas y Posicionamiento).

La mercadotecnia meta requiere de tres pasos principales. El primero es la **segmentación del mercado**, que es el acto de dividir un mercado en distintos grupos de compradores que podrían requerir de productos y/o servicios separados o mezclas de productos y/o servicios. La compañía debe identificar diferentes formas de segmentar el mercado y desarrollar perfiles de los segmentos de mercado resultante.

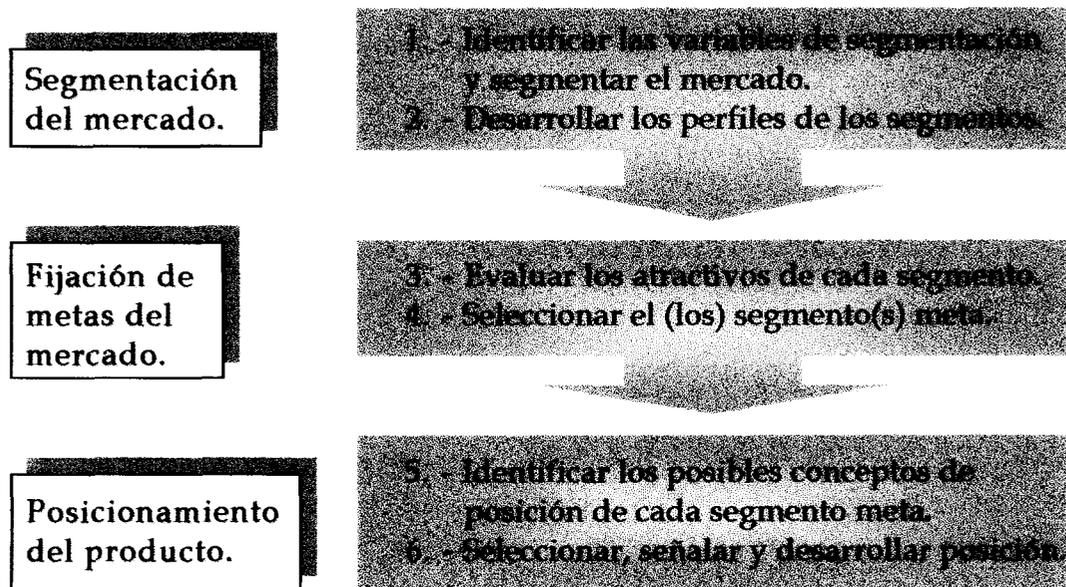
El segundo paso es la **fijación de metas del mercado**, que es el acto de desarrollar mediciones del atractivo del segmento y seleccionar uno o más segmentos de mercado a los cuales penetrar.

El tercer paso es el **posicionamiento del producto**, que es el acto de establecer un posicionamiento competitivo viable de la empresa y de su oferta en cada mercado meta.

3.1. - SEGMENTACION DEL MERCADO.

El mercado está integrado por compradores, y los compradores difieren en uno o más aspectos. Pueden diferir en sus deseos, poder de compra, localización geográfica, actitudes de compra y prácticas de compra. Cualquiera de estas variables pueden utilizarse para segmentar un mercado.

Pasos a seguir para la segmentación, fijación de metas y posicionamiento del mercado.¹⁰



Un segmento de mercado es una proporción considerable de mercado con características particulares. En la medida en que se introduzcan más características para la segmentación, se caen en nichos, es decir, un segmento más pequeño y especializado. ¿Existe algún procedimiento formal para identificar los principales segmentos de mercado?

La respuesta es afirmativa y se puede hacer de acuerdo a los siguientes pasos:

- 🌐 **Etapa de estudio.** Donde el investigador realiza entrevistas informales y grupos de enfoque con los consumidores para obtener una visión de sus motivaciones, actitudes y conductas.
- 🌐 **Etapa de análisis.** El investigador aplica el análisis de factor para eliminar las variables muy correlacionadas.

¹⁰ KOTLER, PHILLIP: "Marketing management, analysis, planning, implementation & control". Prentice - Hall Hispanoamericana, S.A. México. 1993.

- **Etapa de perfil.** Ahora se hace el perfil de cada grupo de acuerdo a las actividades que lo distinguen: conducta, hábitos demográficos, psicográficos y de medios de consumo.

3.2. - SELECCION DEL MERCADO META.

Un mercado meta es un conjunto de compradores que comparten necesidades o características comunes que la empresa decide servir. La segmentación de mercado revela las oportunidades de segmento de mercado a las que se enfrenta la firma; ahora, ésta debe evaluar los diferentes segmentos y decidir a cuántos y a cuáles servir. Al evaluar los diferentes segmentos del mercado, la empresa debe considerar tres factores, que son: tamaño y crecimiento del segmento, atractivo estructural del segmento y objetivos y recursos de la empresa.

Para el tamaño y crecimiento del segmento, lo primero que se debe cuestionar una empresa es si el segmento potencial tiene el tamaño y las características de crecimiento adecuadas.

En lo referente al atractivo estructural del segmento, se debe pensar que un segmento podría tener un tamaño y un crecimiento deseables y no ser atractivo desde el punto de vista de su rentabilidad; la compañía tiene que evaluar la repercusión sobre la rentabilidad a largo plazo.

De acuerdo a los objetivos y recursos de la empresa, aún si un segmento tiene tamaño y crecimiento positivo y es atractivo estructuralmente, la empresa debe tomar en cuenta sus propios objetivos y recursos en relación con dicho segmento; es decir, ésta debe considerar si posee las habilidades y los recursos requeridos para tener éxito en dicho segmento. Como resultado de la evaluación de los diferentes segmentos, la empresa espera encontrar uno o más segmentos de mercado en que valga la pena entrar, y a los cuales poder servir satisfactoriamente.

3.3. - POSICIONAMIENTO.

El posicionamiento consiste en conformar la oferta de la compañía de manera que ocupe un lugar claro y apreciado en la conciencia de los consumidores meta. De aquí se reflexiona que se debe ser diferente a los demás en uno o varios aspectos. Pero, *¿Qué es diferenciar?*

Diferenciar consiste en establecer una serie de diferencias con sentido para distinguir la oferta de la compañía de las ofertas de la competencia. Esto nos puede llevar a otra pregunta *¿Cuántas diferencias conviene destacar?*

Muchos mercadólogos están a favor de que sólo se anuncie decididamente una cualidad ante el mercado meta, entre estas se mencionan como ejemplo: "más calidad", "mejor servicio", "mejor precio", "más valor", "tecnología más avanzada", etc.

No todos están de acuerdo en que el posicionamiento de una sola ventaja debe ser el mejor, aunque si coinciden en que la intención es encontrar un lugar especial dentro del segmento.

3.4. - LAS EMPRESAS DE SERVICIOS. Consideraciones específicas.

Estando en el aspecto del mercado, es importante hacer ciertas consideraciones relativas a las características específicas de las empresas de servicios.

En tales empresas, tanto el producto como el comportamiento del consumidor o la competencia tienen características bastante diferentes a las empresas industriales tradicionales.

Esto origina, como es natural, políticas comerciales (por ejemplo de precio y de promoción) también específicas:¹¹

🌐 El producto.

Los servicios son intangibles, no se pueden tocar, probar y/o ver, como ocurre con los productos de las empresas manufactureras; este hecho tiene implicaciones para la política comercial de la nueva empresa.

En primer lugar, en la venta, la nueva empresa se deberá concentrar más en los *beneficios* que el cliente va a obtener del servicio, que en el servicio en sí mismo. En segundo lugar, la *reputación y la imagen* de la empresa son decisivos, pues el cliente no puede evaluar, a menudo, la calidad como lo hace con los productos industriales.

Finalmente, en estos casos el comprador juega un papel importante en la elaboración y mercadeo del servicio: la empresa deberá desarrollar, en consecuencia, en su cliente la habilidad para comunicar sus necesidades específicas.

Una segunda característica del producto de las empresas de servicios es que *el servicio no puede separarse del vendedor*, pues los servicios son creados y puestos en el mercado al mismo tiempo. Este hecho implica que la venta personal directa es, a menudo, el único canal de distribución posible; también significa que, como los clientes compran tanto al propio vendedor como al servicio que vende, su capacidad para suministrar el servicio limita la escala o gama de operaciones del negocio.

En tercer lugar, los servicios *no son almacenables*, son, por tanto, más vulnerables a las fluctuaciones de la demanda. Esta característica crea necesidades específicas a las empresas de servicios, como la necesidad de buscar nuevas formas de utilización de las instalaciones cuando no haya clientes o la necesidad de buscar mecanismos para estimular la demanda cuando termina la temporada de ventas.

Es difícil que *la calidad* de un servicio sea *standard*, pues depende de la habilidad concreta de personas individuales en cada caso, de ahí la importancia de mantener un elevado mínimo de calidad, pues no es posible conseguir la confianza del cliente si no es manteniendo constantemente una alta calidad de ejecución.

● Comportamiento del consumidor.

Las razones por las cuales el consumidor de servicios requiere las prestaciones de la nueva empresa son, asimismo, distintas de las que operan para las empresas manufactureras.

En las empresas de servicios, el comprador generalmente tiene la alternativa de hacerlo el mismo, por esta razón, los negocios de servicios deben orientarse hacia el cliente más que cualquier otro. Hay que demostrar al cliente que la empresa puede hacerlo más rápido y mejor que él mismo.

Por otra parte, la motivación dominante del cliente suele ser el recibir una *atención personal*. El cliente tiene en cuenta, en mayor medida que en

¹¹ LUDEVID MANUEL y OLLE MONTSERRAT: *Como crear su propia empresa*. Edit. Alfaomega. México 1993. Pp. 41-43

otro tipo de empresas, percepciones subjetivas y la impresión que le causa el vendedor cuando está pensando adquirir un servicio.

Es del máximo interés, en consecuencia, que el cliente satisfecho recomiende el servicio a los amigos que podrían beneficiarse del mismo, la referencia es un arma fundamental; tras ello, puede realizarse una visita.

A veces, la empresa de servicios se basa tan sólo en el mercadeo de una buena idea que satisface una necesidad no reconocida hasta entonces, el papel de la política comercial en estos casos es decisivo: se trata de convencer al cliente de que la empresa puede ahorrarle tiempo y hacerlo mejor que él mismo.

Cualquier aspecto negativo en la relación con el cliente tiene un gran impacto en el consumidor, de ahí la necesidad de cuidar con mucho detalle cada pequeño aspecto de la atención al cliente, empezando por el teléfono.

La competencia.

Existe una competencia creciente en algunos sectores, entre los fabricantes del producto y las empresas de servicios relacionados con el mismo. Existen productos con la característica "*hágalo usted mismo*", ésta situación exige de la nueva empresa de servicios un análisis detallado de la competencia y colocarse en actividades donde ésta no sea importante.

A menudo existen reducidas barreras de entrada en algunos sectores de servicios, con lo cual suele existir una fuerte competencia entre empresas de la misma índole, este hecho refuerza la importancia crucial de atraer y conservar un grupo de clientes fieles y satisfechos.

El precio.

Los honorarios, tarifas o precios que cobran por su trabajo las empresas de servicios, juegan un papel activo y pasivo decisivo en relación con la clientela. El precio refleja la calidad, el grado de especialización y el valor que la tarea tiene para el comprador del servicio. Ello permite, en principio, mayor imaginación y creatividad de la empresa de servicios a la hora de fijar sus precios.

El precio que fija la empresa de servicios afecta asimismo, el valor que percibe el cliente, esto debe hacer valorar a la nueva empresa de servicios los riesgos de las políticas de precios bajos.

La posibilidad de diseñar una política de precios más o menos estandarizada vendrá determinada por el tipo de empresa de que se trate: servicios rutinarios, contractuales, u ocasionales; cada tipo de empresa requerirá una política de precios distinta.

● Promoción.

Los elementos que atraen a los clientes de las empresas de servicios son la disponibilidad, la imagen y la reputación, y las ventajas de su utilización. De ahí que la promoción debiere orientarse a informar al consumidor potencial acerca de:

- ◆ Dónde y cuándo está disponible el empresario, y cómo ponerse en contacto con él.
- ◆ El grado de perfección con el que el empresario puede prestar el servicio, es decir, la calidad.
- ◆ Que ventajas le reportarán los resultados de los servicios que se ofrecen.



CAPITULO IV

***LOS RECURSOS DE
LA EMPRESA***

En esta etapa, es importante el conocer los recursos que necesita la empresa y los recursos con que cuenta la misma tanto al momento de su creación como en su planeación futura.

4.1. - RECURSOS MATERIALES.

La decisión sobre la localización de la empresa es una decisión de tipo estratégico, considerada como muy importante para la vida y el futuro desarrollo de la misma. Muchos nuevos negocios fracasan por el simple hecho de instalarse en un lugar inapropiado.

Manuel Ludevid (1993), sugiere que para escoger la localización geográfica es preciso tener en cuenta factores de diversos tipos, entre los más importantes hay que señalar los siguientes:

La proximidad del lugar de emplazamiento con respecto a la clientela a la que pretende dirigirse la nueva empresa, muy especialmente si ésta clientela está muy concentrada geográficamente. Es preciso que la nueva empresa tenga facilidades de acceso al mercado que se dirige.

La proximidad respecto a las fuentes de financiamiento de materias primas y otros productos necesarios para sus operaciones. Esto es particularmente importante si tales fuentes de aprovisionamiento son específicas y concentradas en unos pocos proveedores claves.

El nivel de equipamiento de la zona o región: vías de comunicación, fuentes de energía, presencia de otras actividades empresariales, presencia de centros de enseñanza e investigación universitarios, etc. Los suministros adecuados de agua, gas y electricidad constituyen un requisito esencial.

Las posibilidades de subcontratación; para un nuevo pequeño negocio, poder subcontratar parte de sus operaciones que no son estrictamente su especialidad, puede ser de primera importancia. La disponibilidad de mano de obra adecuada, especialmente en nuevos negocios que requieren personal altamente especializado.

Las disposiciones de los planes de ordenación territorial y ordenanzas gubernamentales. Es importante analizar el tipo de clasificación de los suelos que se establecen, así como las limitaciones que plantean para las actividades empresariales.

Las ayudas fiscales, económicas, formativas o de asesoramiento que existan con relación a la creación de nuevas empresas y, finalmente, el lugar elegido para ubicar la empresa determinará el lugar donde deberán vivir el nuevo empresario y sus colaboradores.

Una vez tomada la decisión referente a la localización geográfica de la empresa, se debe tomar otra serie de decisiones secuenciales en relación con los locales, edificios, y terrenos que serán necesarios para el desarrollo de la actividad. Se debe estudiar detenidamente las posibilidades de compra o de arrendamiento (si no se cuenta con inmueble propio), sobre la base de un estudio de las propias disponibilidades financieras (como se vera en la parte relativa al financiamiento), al acceso a nuevas fuentes de financiación y al costo de los recursos y del propio inmueble.

Las decisiones relativas a inversiones en inmuebles deben ser cuidadosamente analizadas, debido a que el costo, como consecuencia de errores en los cálculos iniciales, puede resultar ser muy importante.

4.2. - LOS RECURSOS HUMANOS.

Cuando un empresario se plantea por primera vez emprender su negocio propio, concibe a la empresa como resultado de su empuje y espíritu empresarial. Pero tendrá que rodearse de personal capacitado que haga de sus aspiraciones una realidad.¹²

Maqueda (1991) sostiene que a medida que la empresa crece, el empresario ya no puede realizar él solo todas las actividades que tiene que desempeñar para cumplir con la cada vez mayor diversidad de tareas que su negocio implica. Tiene que delegar autoridad a otras personas para lograr hacer la mayoría de estas tareas, luego entonces, se ve obligado a contratar a personas idóneamente adecuadas para asumir esas responsabilidades. Cuando un nuevo empresario se ve en la necesidad de contratar a personal que le ayude, por lo general, no suele disponer del capital financiero suficiente para poder elegir a las personas más adecuadas para su empresa.

Hay que tener muy presente que, cuando se contrata a los primeros empleados se está marcando un precedente, y que éstos son los que van decidir las actuaciones presentes y futuras de la empresa.

¹² MAQUEDA LAFUENTE, FRANCISCO J.: *Creación y dirección de empresas*. Edit. Ariel. Barcelona. 1991. Pp. 92

Por esto, en la medida de lo posible, se deben conseguir las personas más competentes para que la empresa funcione los más favorablemente posible desde un principio.

Para establecer una buena política de empleo se han de tomar en cuenta los siguientes criterios:¹³

- ☆ Estar seguro de que el candidato es capaz de desarrollar el trabajo.
- ☆ Estar seguro de que el candidato es capaz de trabajar en equipo.
- ☆ Determinar el potencial del candidato en cuanto a desarrollo personal.
- ☆ Sentirse a gusto con la persona a quien se contrata.

Todo negocio necesita de un alto grado de competencia técnica para sobrevivir, pero también de un alto grado de competencia en las relaciones interpersonales puesto que ayudan a la competencia técnica de la empresa. El emplear personal es un proceso que comprende tres etapas:¹⁴

Primero, hay que definir los deberes y responsabilidades del puesto que se va a ocupar, así como las aptitudes, conocimientos y experiencia requeridos para cumplirlos. *Segundo*, encontrar y atraer a aquellas personas que tienen las cualidades para el puesto y, en *tercer lugar*, seleccionar los candidatos para identificar los más prometedores y realizar el proceso de contratación.

El empresario tiene que utilizar todos los recursos que estén a su alcance para encontrar un candidato a la medida de las normas indicadas en la política de empleo establecida. Se puede reclutar personal adecuado mediante anuncios en el periódico, amistades y conocimiento del negocio, proveedores y clientes, publicaciones técnicas, asociaciones empresariales, agencias de empleo, universidades y escuelas técnicas, amigos y parientes, etc.

4.3. - LOS RECURSOS FINANCIEROS.

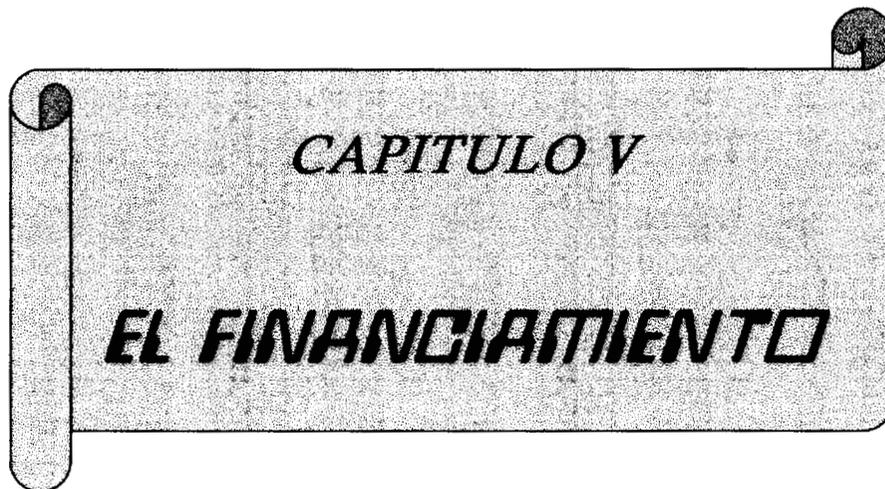
Sin duda, este es el principal problema al que se encuentra todo nuevo empresario en México, puede tener una buena idea de negocio, un atractivo mercado meta, un excelente plan de negocios, etc.; pero si no cuenta con fuentes de financiamiento apropiadas a sus posibilidades, resultará desperdiciado cualquier proyecto de desarrollo independiente.

¹³ *Ibidem.*

¹⁴ *Ibidem.* Pp. 93

Las finanzas es una función de gran importancia para la creación y desarrollo de toda empresa, se requiere dinero para rubros como la adquisición de materia prima, compra de maquinaria, nóminas, gastos administrativos y operacionales, imprevistos y todos aquellos desembolsos necesarios en el funcionar cotidiano. Las finanzas hacen posible enfrentar estas necesidades esenciales y su administración es muy importante.

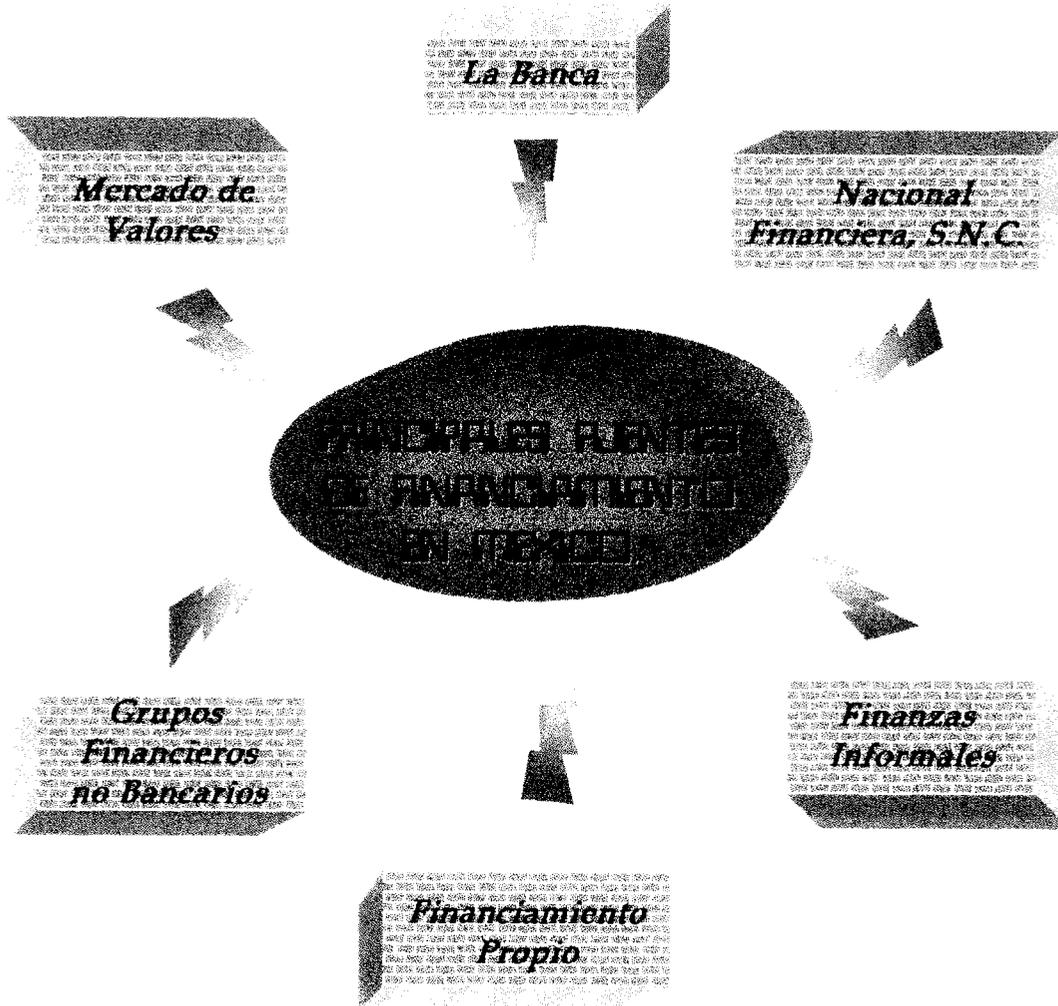
Es necesario obtener financiamiento adecuado para poder cubrir todas las obligaciones y lograr utilidades. Debido a esto, la gran mayoría de las empresas (sobre todo micros), se enfrentan a la necesidad de recurrir a algún tipo de financiamiento en el momento de su creación y en cualquier parte de su ciclo de vida. Por lo cual, es de suma importancia destacar las principales formas de financiamiento que actualmente existen en México para las empresas, así como la manera de hacerse acreedoras a las mismas.



CAPITULO V

EL FINANCIAMIENTO

En toda empresa, el propietario o el gerente de finanzas debe reunir, analizar e interpretar la información financiera y formular un plan para obtener financiamiento. Concretamente se trata de determinar las fuentes de financiamiento.



De las características principales de las fuentes de financiamiento arriba mencionadas, en ningún momento se debe olvidar que el objetivo de esta investigación es financiar la creación de una nueva empresa, por lo que algunas fuentes se descartarán por sí mismas ya que hacen referencia a empresas previamente constituidas.

¹⁵ INSTITUTO MEXICANO DE EJECUTIVOS DE FINANZAS, A.C.: *Fuentes de Financiamiento. Manual de consulta.* México 1992.

5.1. - EL MERCADO DE VALORES.

La Bolsa de Valores es un mercado organizado de intermediarios que representan los intereses de particulares, sociedades mercantiles y del Estado en el libre intercambio de valores, dentro de las reglas establecidas por éste último como por los intermediarios que participan en el propio mercado. El mercado de valores es un mecanismo que permite la emisión, colocación y distribución de valores, el cual pertenece al Sistema Financiero Mexicano. Dentro de este mercado se distinguen dos grandes sectores:

- ◇ Mercado de Capital.
- ◇ Mercado de Dinero.

Ambos sectores difieren en el tipo de inversión. El primero son inversiones a mediano y largo plazo, y el segundo se caracteriza por ser inversiones a corto plazo.

En el Mercado de Capital se encuentran los conceptos de renta variable e instrumentos de Deuda. Renta variable es la que agrupa a los instrumentos cuyo rendimiento no se conoce y puede incluirse, no existir o ser pérdida. De Deuda son los que agrupan a todos los instrumentos que tienen un rendimiento y condiciones de pago preestablecidas. Los instrumentos o valores son documentos representativos de un derecho patrimonial.

Son instrumentos del Mercado de Capital los siguientes:

- ◇ De renta variable.
- ◇ Acciones.
- ◇ Instrumentos de Deuda.
- ◇ Obligaciones.
- ◇ Petrobonos.
- ◇ Bonos de Indemnización Bancaria.
- ◇ Bonos Bancarios de Desarrollo.
- ◇ Bonos de Renovación Urbana.

Son instrumentos del Mercado de Dinero:

- ◇ Cetes.
- ◇ Papel Comercial.
- ◇ Papel Comercial Extrabursátil.
- ◇ Aceptaciones bancarias.
- ◇ Pagaré empresarial bursátil.

- ◇ Pagarés.
- ◇ Oro y plata amonedados.

Las acciones son títulos que representan una parte proporcional del capital de las empresas, no importando su actividad, nacionalidad o régimen fiscal.

Las empresas emiten acciones con varias finalidades, el principal motivo es el de aumentar su capital social, aunque pueden también ser emitidas con el fin de vender la empresa, es decir, traspasar la propiedad de la misma a nuevos accionistas; asimismo, pueden ser emitidas con el fin de capitalizar las utilidades generadas por la propia empresa, mediante el decreto de un dividendo que será pagado por acciones nuevas de la empresa.

El destino de los fondos provenientes de una emisión de acciones con propósitos de incrementar el capital social, puede ser preferentemente algún proyecto de expansión, la construcción o adquisición de alguna planta industrial, aunque también pueden ser destinados a la liquidación de pasivos. Cuando una emisión de acciones tiene como fin el traspasar la propiedad de la empresa, los fondos obtenidos de la emisión son destinados a la liquidación del importe de la parte proporcional del capital a los antiguos propietarios.

Si una empresa se inscribe en bolsa de valores obtiene las siguientes ventajas:

- ◇ Mayor facilidad de crecimiento. En el caso de que la oportunidad de crecimiento rebase los recursos generados por la empresa y los niveles aceptables de apalancamiento.
- ◇ Proporcionar liquidez a los accionistas.
- ◇ Mayor valor de mercado a la acción (mayor confianza).
- ◇ Democratización del capital.
- ◇ Estímulo y presión para profesionalizar la administración de empresas.
- ◇ Mejor imagen y prestigio.

El Artículo 14º de la Ley del Mercado de Valores indica que para obtener y en su caso, mantener la inscripción de los valores en la Sección de Valores, sus emisores deberán satisfacer, a juicio de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, los siguientes requisitos:

1. Que exista solicitud del emisor.
2. Que las características de los valores y los términos de su colocación les permitan una circulación que sea significativa y que no cause perjuicio al mercado.

3. Que los valores tengan o puedan llegar a tener una circulación amplia en relación con la magnitud del mercado o de la empresa emisora.
4. Que se prevea, dentro de lo negociable, la solvencia y la liquidez de los emisores.

Para que una empresa sea sujeta de colocación de acciones en el Mercado Mexicano de Valores, se requiere en primer término, presente a través de alguna casa de bolsa, la documentación e información necesaria a la Bolsa Mexicana de Valores y a la Comisión Nacional Bancaria y de Valores:

1. Presentación de la solicitud de inscripción.
2. Entrevista con la casa de bolsa colocadora.
3. Revisión de la solicitud.
4. Solicitud en su caso de los puntos pendientes a la empresa.
5. Envío de documentos al asesor legal.
6. Programación y desarrollo del estudio.
7. Visita a la empresa por parte de la dirección general.
8. Nueva entrevista con la casa de bolsa colocadora para últimos detalles.
9. Recepción del dictamen jurídico.
10. Terminación del estudio.
11. Opinión final respecto de la empresa, por parte de funcionarios de la bolsa.
12. Aprobación del estudio por parte de la dirección general.
13. Impresión del estudio.
14. Aprobación de la solicitud de inscripción por parte del consejo de administración de la Bolsa Mexicana de Valores, S.A. de C.V.
15. Aviso de aprobación a la empresa y C.N.B.V.
16. Ratificación de la C.N.B.V.
17. Oferta pública.

Una vez aprobada la emisión por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), se procede a su colocación y diaria cotización en la Bolsa Mexicana de Valores.

En este punto es conveniente destacar que generalmente se cotiza en bolsa para obtener un financiamiento de gran importe, destinado primordialmente al crecimiento de la empresa que lo solicita.

El objeto de ésta investigación es proporcionar información a empresas de nueva creación, las cuales requieren de financiamiento moderado para iniciar sus actividades.

Además, el financiamiento a través de bolsa, sólo se otorga a entidades morales, las cuales pueden garantizar mediante sus activos fijos la emisión de obligaciones, las personas físicas sólo pueden participar en bolsa como inversionistas; es decir, ofreciendo sus recursos a las entidades que lo necesiten.

Debido a lo anterior se descarta en primera instancia la posibilidad de ingresar a este tipo de financiamiento, aunque puede ser una buena opción en el mediano y largo plazo.

5.2. - LA BANCA.

Por concepto de banca, se debe entender a la banca comercial que actualmente funciona en México, y que dentro de sus políticas está considerado el otorgamiento de diversos créditos a público en general para diversas finalidades; sin embargo, para poder adquirir dichos crédito se debe cumplir o tener características determinadas.

5.2.1. - REQUISITOS PARA SER SUJETO DE CREDITO.

- ◇ Debe tratarse de una persona física o moral establecida permanentemente en la plaza, con cierto arraigo en su actividad ya que en términos generales, el crédito sirve para impulsar un negocio “no para iniciarlo”; salvo aquellas empresas que son nuevas en cuanto a su constitución, pero que están soportadas con la experiencia en el giro de los socios principales. Lo cual conlleva a otorgar el crédito a personas que en forma individual han sido clientes del banco durante un periodo de tiempo considerable.
- ◇ Que tenga capacidad legal para contratarse y asumir obligaciones.
- ◇ Que el solicitante sea solvente moral y económicamente.
- ◇ Que los productos y/o servicios que preste, tengan demanda constante en el mercado.
- ◇ Que tenga capacidad de pago.

Este último punto debe de tomarse muy en cuenta por el solicitante del crédito, ya que la capacidad de pago está en función del tipo y monto del crédito y que éste último debe ser el que realmente necesite, no el que consiga más rápido o fácilmente.

Esta capacidad de pago está en relación con la generación de recursos, que deben ser suficientes para cubrir los costos y gastos más los intereses generados por el servicio de financiamiento.

Es conveniente aclarar que el hecho de que una persona física o moral sea de amplios recursos económicos, no necesariamente tendrá amplia capacidad de pago, ya que esos bienes deben ser productivos, y no solamente poseerlos.

La documentación que generalmente debe proporcionar a la institución de crédito es la siguiente:¹⁶

Información financiera.

Información financiera reciente con antigüedad no mayor a tres meses, a la fecha de la solicitud y de ejercicios anteriores completos consistentes en:

- ◇ Balance general con relaciones analíticas.
- ◇ Estado de resultados.
- ◇ Estado de costo de producción y ventas.

Es conveniente que si el solicitante del crédito es propietario de inmuebles, proporcionara los datos del registro público de la propiedad para que la institución de crédito lleve a cabo la verificación y analice su situación actual. Sobre todo, si estos bienes van a garantizar el préstamo y también para validar las cifras proporcionadas por el balance.

Información financiera proyectada.

Para los casos en que solicite financiamiento a mediano plazo o largo plazo, la información debe consistir en:

- ◇ Balance general.
- ◇ Estado de resultados.
- ◇ Estado de costo de producción y ventas.

5.2.2. - DIFERENTES TIPOS DE CREDITO BANCARIO.

La Banca comercial de México pone a disposición del público en general diferentes tipos de créditos bancarios, los cuales tienen ciertas características y están sujetos a determinadas políticas y lineamientos.

Prestamos Quirografarios.

Consistente en prestar dinero a una persona física o moral, mediante su firma en un pagaré en el que se obliga a devolver, en una fecha

¹⁶ Es preferible que la información financiera esté dictaminada.

determinada, la cantidad recibida con los intereses correspondientes, para necesidades temporales o urgente de capital de trabajo.

Se paga mediante su operación normal: comprar, producir, vender y cobrar, por lo que es necesario conocer el ciclo de operación de la empresa (determinar días-proveedores, días-clientes, días-inventario). Así se conocerá el tiempo que tarda en recuperar los recursos invertidos y el plazo que requerirá para pagar el crédito.

Lo ideal para el análisis de este tipo de financiamiento es contar con el flujo de efectivo, porque con este documento se detectan los periodos en que se requieren recursos temporales, así como los montos y las fechas en que puede pagarlos.

Esta información se presentará por cada uno de los años de vida del proyecto ya que servirán de elemento de juicio para que la institución financiera estudie y analice la viabilidad del proyecto desde el punto de vista financiero.

Para los créditos específicos presentar en forma detallada el programa de inversión ya que los recursos solicitados serán invertidos precisamente para lo que fueron solicitados.

Es muy común encontrar que todavía existe una resistencia a proporcionar esta información, a tal grado que en muchos casos se prefiere el crédito a corto plazo por la supuesta razón de que no se les requiere esta información, sin medir las consecuencias de financiarse al vapor y sin planeación financiera.

Balance y Estado de Resultados del aval.

Con antigüedad no mayor de tres meses, detallando los bienes inmuebles con sus datos de registro:

- ◇ Copia de avalúo por revaluación de activos. Cuando el balance presente superávit por revaluación de activos fijos.
- ◇ Escritura constitutiva de la sociedad.
- ◇ Modificación de la escritura constitutiva, si existe.

Este crédito no se puede usar para financiar la adquisición de activos fijos, capital de trabajo permanente, reestructuración o pago de pasivos o construcción de casas o edificios, ya que a mediano y largo plazo le ocasionaría problemas de liquidez. Existen otros créditos más adecuados para esos fines.

Prestamos Prendarios.

Consiste en proporcionar recursos a una persona, equivalente a un porcentaje de valor comercial del bien que se entrega en garantía. Se utiliza para comprar materias primas o vender productos terminados.

Para ello, es necesario la participación de una Almacenedora en donde estén las existencias; está expide Certificados de Depósito y Bonos de Prenda con un valor determinado. Estos certificados se negocian en la institución de crédito en donde se toman al 70% de su valor para otorgar el préstamo.

✧ *Análisis financiero:* Evaluación de la liquidez y del capital de trabajo. Análisis del ciclo financiero. Determinar días-cartera, días-inventario y determinar los periodos de abastecimiento y producción del acreditado.

✧ *Análisis de inventarios:* Calidad, facilidad para venderlos, posibilidad de obsolescencia y deterioro, variaciones de precio y quienes son los consumidores.

La capacidad de pago está en función al ciclo de operación y específicamente al momento de la utilización de la prenda, por lo que es importante determinar si la operación normal de la empresa está generando recursos para cubrir el servicio de la deuda.

Forma de operación.

La mecánica de operación se da a través de un contrato de prenda, en el cual deberán quedar los datos de identificación de la prenda, expidiéndose un resguardo por la garantía, además deberá inscribirse en el Registro Público de la Propiedad y Comercio, cuando la garantía no se entregue al acreedor prendario.

- ✧ El importe del préstamo podrá ser hasta de un 70% del valor de la prenda.
- ✧ Se operará con materias primas de fácil realización, no perecederas.
- ✧ Se depositarán en Almacenes de concesión federal o habilitados, debidamente amparadas por Certificados de Depósito, y su correspondiente Bono de Prenda, los cuales estarán a favor de la Institución otorgante del crédito.
- ✧ En el caso de prendas sobre autos nuevos, los préstamos se podrán dar hasta por el 90% del valor de factura de planta.

- ❖ No deberán tomarse por prendas artículos terminados de una industria, excepto cuando sean la base de otra industria y cuando sean productos terminados, destinados a exportación.
- ❖ Cuando la prenda no se haga con certificados de depósito, quedarán en locales en donde las llaves estarán a disposición del acreedor (banco) o del depositario judicial, aún cuando esos locales sean de la propiedad o se encuentren dentro del establecimiento del deudor (cliente).
- ❖ Es necesaria la descripción específica y detallada de los bienes y la entrega real al acreedor o depositario.
- ❖ Se deberá obtener carta fechada al día de su operación, firmada por el propietario aceptando que el banco pueda disponer de los bienes si incurriese en incumplimiento de la obligación.

Plazo.

- ❖ El plazo de amortización no deberá exceder de 90 días.
- ❖ Si la prenda quedase constituida por un Certificado de Depósito y su correspondiente Bono de Prenda, el pagaré deberá vencer cinco días antes del certificado.

Créditos de Habilidad o Avío.

Es una operación de crédito con destino y garantía específica para la adquisición de activos circulantes, con lo que se apoya el ciclo productivo de las personas dedicadas a la industria, ganadería o agricultura y, por consecuencia no se aplica a actividades comerciales.

Se destinan a la adquisición de materias primas y materiales y en el pago de los jornales, salarios y gastos directos de explotación, indispensables para los fines de la empresa.

Es cuanto a la amortización de este tipo de créditos, deberá considerarse que una parte del mismo se paga con la recuperación de su activo circulante, y otra, con la generación de utilidades de la empresa.

Se deberá tomar en cuenta la capacidad que tiene el negocio para generar recursos al servicio de la deuda, así como para el pago principal. Esto último se basará en las utilidades.

Se debe analizar:

- ❖ Programa de los conceptos a financiar, especificando volúmenes e importe de éstos, así como los productos que se obtendrán con el importe

del crédito o estimaciones de producción, en el caso de actividades agropecuarias.

- ❖ La procedencia de los insumos que utiliza, periodos de abastecimiento, ciclicidad de éstos, volúmenes mínimos de compra, dificultades para su adquisición, condiciones de venta, porcentaje de participación de cada insumo en la integración del costo de producción y su grado de obsolescencia. Además de la capacidad de almacenamiento, el ciclo de operación y ventas.
- ❖ El financiar montos que orillen a la empresa a acumular existencias superiores a las que requiere su ciclo normal, puede originar que no se recupere el crédito en el plazo convenido, o bien que se utilice el financiamiento para la especulación de sus productos.
- ❖ Es importante especificar el ciclo de operación.
- ❖ Considerando lo anterior, se analizará la evolución de la empresa en el manejo de su activo y su pasivo circulante, especialmente los rubros relativos a los inventarios de proveedores, de cartera, complementándolo con la generación de fondos.
- ❖ También se realizará la validación de las proyecciones financieras del cliente, con el fin de observar las congruencias de éstas con sus cifras históricas y, en su caso, la justificación de los cambios.

Forma de operación.

Contrato en el que se expresará el objeto de la inversión, la duración y la forma en que el beneficiario podrá disponer del crédito y se fijarán, con toda precisión, los bienes que se ofrecen en garantía, tomando en cuenta que siempre quedará la inversión como garantía del crédito, que ésta será preferente y en primer lugar.

Se invertirá en los objetivos determinados. El acreditado dará un escrito especificándolos, con las facturas endosadas que demuestren el destino del crédito. Con plazo de tres años como marca la ley de máximo.

Apertura de Crédito en Cuenta Corriente.

Es una línea de crédito que se establece en favor del acreditado para disponer de recursos, dentro de la vigencia del contrato y con un límite autorizado.

El cliente puede reembolsar parcial o totalmente, lo que haya utilizado, y puede también, mientras el contrato no concluya, volver a utilizar el saldo que le quede disponible.

Puede ser crédito con garantía prendaria o con garantía hipotecaria; se usa para el financiamiento de pequeñas o medianas empresas, que por su estructura no conocen el tiempo en que necesitarán el crédito, éste funcionará de manera revolvente. Se utiliza para adquirir o transformar inventarios, financiar clientes a crédito y para pagar obligaciones a corto plazo.

Para su forma de pago se tomarán en cuenta: evaluación de liquidez, capital de trabajo, ciclo financiero (días-inventario, días-clientes), y obligaciones a corto plazo. Lo ideal sería tener flujo de efectivo, para conocer cuándo necesita crédito y cuánto podría pagar. La capacidad de pago está dada en función al ciclo de operación, por lo que es importante saber si se generan recursos.

Forma de operación.

Se hace contrato y se inscribe en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio, para correcta constitución de la garantía.

- ✧ En el caso de garantía prendaria se hará como en el préstamo prendario.
- ✧ Cuando se reciban en prenda créditos en libros, se requerirá, para su correcta constitución, que así se haga constar en el contrato correspondiente y sean especificadas en las relaciones respectivas, las que deberán hacer mención del nombre de los deudores, del importe de los créditos y de los términos y condiciones de pago.
- ✧ Cuando sea garantía hipotecaria, se necesita contar con avalúo de la garantía, realizada preferentemente por peritos de la institución, o por peritos autorizados por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores.
- ✧ El contrato se instrumentará en escritura pública.

Los intereses se calcularán sobre saldos insolutos diarios, y serán cobrados como se pacte en el contrato, al tipo de interés derivado de las modificaciones al costo del dinero.

Créditos Refaccionarios.

Este tipo de crédito se utiliza para la compra de maquinaria y equipo, matrices y moldes, construcciones, ampliación y modificación de nuevos industriales. Este tipo de créditos deben amortizarse con la generación de recursos de la empresa (utilidades), y es mediante pagos mensuales de capital o intereses.

Los nuevos bienes que se adquieran con el crédito y, en su caso, garantías adicionales a satisfacción de la institución, se pueden hipotecar sobre unidades industriales, hipoteca sobre bienes inmuebles.

Deberán entregar programa de inversión detallado, acompañado de copia de las cotizaciones respectivas. También entregarán estados financieros proyectados donde conste la nueva inversión con el beneficio del crédito. El plazo es largo (de 5 a 13 años).

Crédito Hipotecario Industrial.

Se trata de un crédito a mediano o largo plazo que se concede a industriales, agricultores o ganaderos, el cual puede destinarse a satisfacer cualquier necesidad económica para el fomento de la empresa, inclusive la consolidación de sus pasivos.

- ❖ El importe del crédito que se conceda a un valor acreditado no excederá del 50% del valor de las garantías según avalúo técnico.
- ❖ La garantía de estas operaciones debe ser la Unidad Industrial Agrícola o Ganadera y específicamente las inversiones de carácter físico, como son: terrenos, edificios, maquinaria y equipo.
- ❖ La garantía debe ser en primer lugar y se podrán ofrecer otras garantías adicionales inmobiliarias, propiedad del solicitante o de terceras personas.

Se recomienda que este tipo de créditos se solicite al amparo de algún programa de descuento o banco de segundo piso, ya que los plazos y tasas son más adecuados.

Remesas en Camino.

Consiste en la disposición de fondos que hace el cliente, mediante la aceptación en firme por parte del banco de giros postales, giros telegráficos y cheques, a cargo de instituciones ubicadas en plazas distintas del país. Tiene como objetivo el facilitar la conversión de documentos en efectivo. Se realiza el pago en el cobro de los propios documentos. En caso de devolución, se cargará en cuenta el importe total, más los intereses causados.

5.3. - NACIONAL FINANCIERA, S.N.C.

Nacional Financiera, como parte de la banca de desarrollo en México, tiene como objetivo contribuir a la reactivación económica del país, mediante la canalización de apoyos financieros y técnicos para el desarrollo del sector industrial.

Nafin se suma al esfuerzo de las empresas del país, particularmente de la industria manufacturera, y ofrece a la planta productiva esquemas de apoyo integral para dar respuesta a sus necesidades y requerimientos específicos.

Nacional Financiera coadyuva a la preservación de la planta productiva y el empleo, e impulsa la realización de proyectos de inversión que estimulen el crecimiento de la economía.

La gestión de Nafin se sustenta en los siguientes objetivos básicos:

- ❖ Concentrar la atención en las empresas micro, pequeñas y medianas, facilitando su acceso al financiamiento.
- ❖ Dar prioridad al desarrollo de la industria manufacturera.
- ❖ Apoyar los proyectos de las Grandes Empresas que favorezcan la articulación de cadenas productivas y el desarrollo de micro, pequeños y medianos proveedores.
- ❖ Crear mecanismos alternos de financiamiento, en apoyo a la planta productiva.
- ❖ Promover el desarrollo de la cultura empresarial mediante acciones de asesoría, capacitación y asistencia técnica.
- ❖ Desarrollar actividades de ingeniería financiera y banca de inversión, que permitan el acceso de las empresas al mercado de valores nacional e internacional.
- ❖ Fomentar alianzas estratégicas.

La prioridad de Nacional Financiera es apoyar a la industria manufacturera; no obstante, la Institución se ha planteado entre sus objetivos atender a empresas micro, pequeñas y medianas de los sectores comercio y servicios en los estados de menor desarrollo relativo, a fin de propiciar el mejor aprovechamiento de los recursos y promover el desarrollo regional.

Los Estados de la República Mexicana incluidos en esta clasificación son los siguientes:

- ❖ Baja California Sur, Campeche, Chiapas, Colima, Durango, Guerrero, Hidalgo, Morelos, Nayarit, Oaxaca, Quintana Roo, San Luis Potosí, Tabasco, Tlaxcala, Yucatán y Zacatecas.

Nacional Financiera pone a disposición de las empresas del país, los siguientes productos y servicios, las empresas podrán tener accesos a estos programas directamente, o a través de la Red de Intermediación Financiera:

5.3.1. - OPERACIONES DE CREDITO DE SEGUNDO PISO.

Nacional Financiera puede financiar todas aquellas inversiones y actividades que contribuyan a modernizar la planta productiva del país, a través de las Operaciones de Crédito de Segundo Piso. Las empresas podrán tener acceso a estos apoyos por medio de la Red de Intermediación Financiera, conformada por: Bancos Comerciales, Uniones de Crédito, Empresas de Factoraje, Arrendadoras Financieras, Entidades de Fomento y Sociedades Financieras de Objeto Limitado, que estén habilitados por la Institución para la operación de sus recursos.

Objetivo.

Financiar los proyectos de inversión de las micro, pequeñas y medianas del sector industrial, que tengan por objeto:

- ✧ La ampliación o modernización de sus instalaciones.
- ✧ Incrementar o mantener sus niveles de operación.
- ✧ El fortalecimiento de las estructuras financieras de las empresas.
- ✧ La innovación, adaptación o actualización de sus tecnologías.
- ✧ Prevenir o eliminar las emisiones contaminantes del medio ambiente, el reciclado de sustancias contaminantes, o bien la racionalización del consumo de agua y energía.

Sujetos de apoyo.

Proyectos viables de las micro, pequeñas y medianas empresas:

- ✧ Del sector industrial.
- ✧ Del sector servicios, directamente proveedoras de la industria.
- ✧ Del sector comercio y servicios, solamente en los estados de menor desarrollo relativo.
- ✧ Asociadas a una empresa integradora.

En el caso de las grandes empresas industriales, se podrán apoyar los proyectos de inversión que favorezcan la articulación de cadenas productivas y desarrollo de proveedores.

Destino de los Recursos.

Nacional Financiera apoya la realización de proyectos para:

- ✧ Modernización.
- ✧ Desarrollo Tecnológico.
- ✧ Creación y desarrollo de Infraestructura Industrial.

- ❖ Mejoramiento del Medio Ambiente.
- ❖ Reestructuración de Pasivos.
- ❖ Operaciones de Cuasicapital.

Los recursos pueden ser utilizados para financiar entre otros, los siguientes conceptos:

- ❖ Compra e instalación de maquinaria y equipo; mobiliario y equipo de oficina.
- ❖ Materias primas; sueldos y salarios.
- ❖ Adquisición, construcción y remodelación de naves industriales.
- ❖ Gastos de fabricación y de operación.
- ❖ Reubicación de instalaciones.
- ❖ Escalamiento de tecnologías en el ámbito comercial.
- ❖ Instalación de sistemas de control de calidad.
- ❖ Estudios y asesorías.

Características del Financiamiento.

- ❖ El plazo máximo para la amortización de créditos descontados podrá ser hasta de 20 años, incluyendo el periodo de gracia, de acuerdo a la capacidad de pago de la empresa y los requerimientos del proyecto.
- ❖ El financiamiento podrá otorgarse en moneda nacional y extranjera; esta última se aplicará cuando las empresas sean generadoras de divisas, coticen a precios internacionales o cuenten con mecanismos de cobertura cambiaria.
- ❖ La tasa de interés al usuario final será:
 - * *En moneda nacional*, Tasa TIEE más el margen del intermediario financiero.
 - * *En moneda extranjera*, se establecerá en función del plazo, tomando como base la Tasa Libor a 3 meses.
- ❖ El monto máximo de financiamiento se determinará en función del tamaño de la empresa y de las características del proyecto.
- ❖ El porcentaje de descuento que Nacional Financiera podrá llevar a cabo, será de hasta el 100% de los créditos que los intermediarios financieros otorguen en favor de cualquier estrato de empresa.

Como complemento a sus programas de descuento crediticio, Nacional Financiera ofrece a las empresas financiamiento en moneda extranjera, a tasas y plazos preferenciales, a través de los siguientes instrumentos:

Líneas de Corto Plazo para Comercio Exterior. Para la pre exportación, exportación e importación de materias primas, insumos, refacciones, maquinaria y equipo, entre otros.

Líneas Globales de Crédito. Para la importación de bienes y servicios, con recursos a mediano y largo plazo.

Características del Financiamiento.

- ❖ *Tasa de interés:* Tasas preferenciales, según la fuente de fondeo.
- ❖ *Plazos:* Corto plazo: de 90 hasta 180 días. Mediano y Largo plazo: de 180 días hasta 10 años.
- ❖ *Forma de pago:* Estará en función de la fuente de fondeo.

5.3.2. - CREDITOS A TASA FIJA.

En la búsqueda de nuevos mecanismo que permitan satisfacer en mayor medida las necesidades actuales de las empresas del país, Nafin ha puesto en marcha un novedoso instrumento de Tasa Fija, a través de subastas periódicas de recursos a intermediarios financieros bancarios.

La asignación de recursos a los bancos estará en función de los menores márgenes de intermediación financiera que éstos presenten, lo cual repercute en beneficio directo para las empresas. Nafin determinará en cada subasta que se realice la tasa máxima aplicable al usuario final, la cual en ningún caso podrá ser superior, independientemente del banco con el que los empresarios contraten sus créditos.

Principales Ventajas para las Empresas.

- ❖ Certidumbre en su planeación financiera en el mediano plazo, al contar con una tasa de referencia fija.
- ❖ Tasas de interés competitivas.
- ❖ Posibilidad de retroactividad de inversiones contratadas con antelación, de 180 días para el caso de activos fijos, y de 90 días para capital de trabajo.

Sujetos de Apoyo.

- ❖ Micro, pequeñas y medianas empresas del sector industrial en todo el país, y de los sectores comercio y servicios en los estados de menor desarrollo relativo.

Destino de los Recursos.

- ❖ Capital de trabajo.
- ❖ Activos fijos.
- ❖ Inversiones para el desarrollo tecnológico o para el mejoramiento del medio ambiente.

Monto Máximo del Financiamiento por Empresa.

- ❖ Hasta 10 millones de pesos.¹⁷

Plazos.¹⁸

- ❖ 3 años para capital de trabajo.
- ❖ 3 ó 5 años para activos fijos.

Para mayor información relativa a este instrumento, los empresarios pueden dirigirse a las oficinas de Nacional Financiera, en donde se les indicará las subastas realizadas, la tasa límite de cada una de ellas y los bancos en los que pueden contratar sus créditos bajo este esquema.

5.3.3. - PROGRAMA DE GARANTIAS.

Nacional Financiera ha creado el Programa de Garantías para facilitar a las micro, pequeñas y medianas empresa del sector industrial, el acceso a los recursos de largo plazo, a través de la banca comercial.

Objetivo.

Complementar el nivel de garantías que requieren los Bancos para financiar nuevos proyectos, cuyo destino sea:

- ❖ Realizar inversiones en activos fijos y capital de trabajo de empresas productoras de bienes y servicios, preferentemente de las actividades industriales consideradas prioritarias, así como de proyectos de Desarrollo Tecnológico y Mejoramiento del Medio Ambiente.

Criterios de elegibilidad para el programa.

- ❖ Los proyectos de inversión para cuyo financiamiento se otorgue la garantía, deberán ser viables y rentables.
- ❖ Los recursos de los créditos que se garanticen deberán destinarse a proyectos de inversión en activos fijos y/o capital de trabajo.
- ❖ El acreditado deberá demostrar una probada solvencia moral y crediticia.

El programa ofrece las siguientes modalidades de garantías:

- ❖ Garantía sobre créditos.
 - * Inmediata-automática y Selectiva.
- ❖ Garantía sobre Títulos de Crédito Bursátiles.

¹⁷ Este monto será actualizado periódicamente.

¹⁸ Ambos plazo incluyen un periodo de gracia hasta de 6 meses.

Garantía sobre Créditos.

Garantía Inmediata-Automática.

- ❖ El riesgo que asuma Nafin será hasta por el 50% del crédito que otorgue el Banco.
- ❖ El monto máximo de la operación a garantizar será de 4.5 millones de pesos o su equivalente en dólares de los E.U.A.¹⁹
- ❖ La respuesta de Nafin al Banco se dará en un plazo que no excederá de 48 hrs.

Garantía Selectiva.

- ❖ El riesgo que asuma Nafin será hasta por el 50% del crédito que otorgue el Banco, excepto en los proyectos de Desarrollo Tecnológico y Medio ambiente, en donde el porcentaje podrá ser mayor, de acuerdo con el tamaño de la empresa.
- ❖ Modalidad sobre créditos con monto mayor a los 4.5 millones de pesos.²⁰
- ❖ Se requiere presentar un estudio de viabilidad del proyecto.

Los sujetos de apoyo serán las micro, pequeñas y medianas empresas productoras de bienes y servicios, que reciban créditos por parte de los intermediarios financieros bancarios. También tendrán acceso a esta garantía, específicamente en su modalidad selectiva, las empresas grandes de las actividades industriales consideradas prioritarias.

Garantía sobre Títulos de Crédito Bursátiles.

- ❖ El porcentaje de la garantía se determinará caso por caso, pudiendo llegar hasta un nivel máximo del 50%.
- ❖ El beneficiario de la garantía será el tenedor del título bursátil.

Los sujetos de apoyo serán los tenedores de títulos de mediano y largo plazo, emitidos por empresas industriales y colocados en el mercado de valores para realizar proyectos viables, acorde con los propósitos de Nacional Financiera.

Comisiones.

- ❖ Nacional Financiera cobrará como contraprestación por el otorgamiento de su garantía, una comisión sobre el saldo insoluto de la parte garantizada del crédito.

¹⁹ Este monto será actualizado periódicamente.

²⁰ *Ibidem.*

- ◇ En el caso de Garantías sobre Títulos de Crédito Bursátiles, además de lo anterior, la empresa emisora del título cubrirá una comisión inicial del 1% sobre el monto garantizado de la emisión.

5.3.4. - OPERACIONES DE CREDITO DE PRIMER PISO.

El otorgamiento de créditos en forma directa por parte de Nacional Financiera tiene un carácter selectivo, y sólo aplicará para el financiamiento de nuevos proyectos que tengan por objeto la creación y/o modernización de empresas productoras de bienes y servicios, primordialmente de la industria manufacturera, y que contribuyan al desarrollo de proveedores, a la generación de empleos y/o al fortalecimiento del sector externo.

Objetivo.

- ◇ Apoyar la adquisición de activos fijos.
- ◇ Conformar o fortalecer su capital de trabajo permanente.

Sujetos de apoyo.

- ◇ Empresas pequeñas, medianas y grandes de las actividades industriales consideradas prioritarias.
- ◇ Empresas industriales que utilicen líneas globales para la importación de maquinaria y equipo, para la modernización de sus procesos.
- ◇ Empresas industriales proveedoras de entidades del sector público que cuenten con contratos de abastecimiento.
- ◇ Empresas que propicien esquemas de desarrollo de proveedores y favorezcan la articulación de cadenas productivas nacionales.

Destino de los Recursos.

Los recursos deberán destinarse a financiar inversiones en activos fijos que contribuyan a la ampliación o modernización de sus instalaciones y/o para conformar o fortalecer su capital de trabajo permanente, específicamente sobre los siguientes aspectos:

- ◇ Maquinaria y equipo, mobiliario y equipo de oficina, fletes, acondicionamiento y montaje, gastos de instalación y puesta en operación del equipo.
- ◇ Adquisición, construcción y remodelación de naves industriales (excepto terrenos).

- ❖ Adquisición de materias primas, materiales de producción, integración de inventarios, pago de sueldos y salarios, gastos de fabricación y operación, así como financiamiento a clientes.
- ❖ En el caso de empresas grandes, los recursos se destinarán al otorgamiento de anticipos a proveedores, financiamiento a clientes, cuasicapital a proveedores para apoyar su capital de trabajo y modernización.

Características del Financiamiento.

- ❖ Los plazos y periodos de gracia de los créditos de primer piso se determinarán en función del flujo de efectivo de la empresa y de las características del proyecto. El plazo máximo podrá ser de hasta 20 años, incluyendo un periodo de gracia de 3 años.
- ❖ El financiamiento podrá otorgarse en moneda nacional y extranjera; esta última se aplicará cuando las empresas sean generadoras de divisas, coticen a precios internacionales o cuenten con mecanismos de cobertura cambiaria.
- ❖ La tasa de interés aplicable estará en función del riesgo asumido por Nafin y del plazo de los créditos. La tasa de referencia que se aplicará para los créditos en moneda nacional será la Tasa TIIE, y en el caso de moneda extranjera, será la Tasa Libor a 3 meses.
- ❖ El monto máximo de financiamiento se determinara en función del tamaño de la empresa y de las características del proyecto.
- ❖ El porcentaje de participación de Nacional Financiera podrá ser de hasta el 75% del monto a invertir en el proyecto. La participación del acreditado deberá ser cuando menos del 25% de la inversión total.

5.3.5. - PROGRAMA DE APORTACION ACCIONARIA.

A través de su programa de Aportación Accionaria, Nacional Financiera apoya con capital de riesgo en forma selectiva, minoritaria y temporal, proyectos de empresas pequeñas y medianas, principalmente del sector manufacturero con alto potencial de exportación.

La participación de Nafin puede darse en forma directa mediante la suscripción de acciones o en forma indirecta a través de Sociedades de Inversión de Capital (SINCA) y Fondos Multinacionales.

Objetivo.

Complementar los recursos de capital requeridos por los promotores privados, para financiar sus proyectos de inversión. La participación de

Nafin se realiza mediante la suscripción de acciones hasta por el 25% del capital social de la empresa, y su permanencia no puede exceder de un plazo máximo de 5 años. El apoyo de Nacional Financiera en forma indirecta, se realiza a través de los siguientes mecanismos:

Sociedades de inversión de Capital (SINCAS).

Las SINCAS integran aportaciones de inversionistas privados y/o institucionales, las cuales forman una empresa dedicada a invertir en el capital social de otras empresas.

Nacional Financiera participa con capital de riesgo en diversas SINCAS de carácter nacional y regional, e invierte a través de estos fondos en el capital social de pequeñas empresas y medianas, con el objeto primordial de fortalecer su estructura financiera y otorgarles asistencias técnica y financiera.

Fondos Multinacionales.

Los fondos multinacionales son fondos de capital de riesgo, que agrupan inversionistas privados e institucionales de diversas nacionalidades (Fondos de Pensiones, Fundaciones, Instituciones Financieras, Bancos de Desarrollo, etc.).

Nacional Financiera promueve activamente la constitución de fondos multinacionales, facilitando la participación de inversionistas extranjeros en empresas mexicanas pequeñas y medianas, ya sea de nueva creación o que se encuentren en etapa de expansión.

Actualmente Nacional Financiera participa en los siguientes Fondos:

- ❖ *North America Environmental Fund, L.P. (NAEF).* Invierte en empresas manufactureras o de servicios cuyo giro principal de negocios sea la prevención y el control de la contaminación y/o la restauración del medio ambiente.
- ❖ *Baring México Private Equity Fund, L.P.* Invierte en empresas mexicanas que destinen un porcentaje importante de sus ventas a la exportación y que ofrezcan perspectivas para ser colocadas en el mercado de valores.
- ❖ *Advent Latin American Private Equity Fund, L.P.* Fondo regional que invierte en empresas industriales medianas y grandes de México, Argentina, Chile y Brasil.

European Community Investment Partners (ECIP).

Nacional Financiera, a través del Convenio de Cooperación Financiera con la Unión Europea, ha desarrollado el ECIP para apoyar a empresas mexicanas y europeas que tengan interés en desarrollar proyectos conjuntos de inversión, y a las Cámaras y Asociaciones Empresariales que tengan como propósito identificar oportunidades de inversión para sus miembros.

Mediante este programa, Nafin y la Unión Europea otorgan recursos para apoyar de manera integral los procesos de inversión, a través de las siguientes modalidades:

- ✧ *Facilidad 1:* Identificación de proyectos y socios potenciales.
- ✧ *Facilidad 2:* Acciones previas a la coinversión (estudios de viabilidad y plantas piloto).
- ✧ *Facilidad 3:* Aportación de capital accionario para la creación o modernización de empresas conjuntas.
- ✧ *Facilidad 4:* Desarrollo de recursos humanos.

Eurocentro de Desarrollo Empresarial Nafin-México.

Nacional Financiera suscribió adicionalmente un convenio con la Unión Europea para el establecimiento de una estructura operativa de atención denominada Eurocentro de Cooperación Empresarial Nafin-México.

El Eurocentro Nafin-México ofrece a la comunidad empresarial del país los siguientes servicios:

- ✧ Identificación de contrapartes en Europa.
- ✧ Asesoría en la formulación de sus proyectos de cooperación.
- ✧ Seguimiento individualizado de los proyectos.
- ✧ Participación en ferias especializadas y misiones empresariales.
- ✧ Organización de encuentros empresariales sectoriales.
- ✧ Orientación y acceso a financiamientos de capital y crédito, en materia de alianzas estratégicas.
- ✧ Consultoría sobre la capacidad de internacionalización de las empresas mexicanas.

5.3.6. - PROGRAMA DE DESARROLLO DE PROVEEDORES.

Nacional Financiera apoya a las grandes y medianas empresas para obtener insumos y/o productos de calidad a costos competitivos, impulsando el desarrollo de una Red de Proveedores eficiente y confiable.

Objetivo.

Vincular en un mismo esfuerzo a las empresas y a los intermediarios financieros, para apoyar el desarrollo de proveedores facilitando a las micro, pequeñas y medianas el acceso al financiamiento, la capacitación y la asistencia técnica.

Beneficios.

Para la Empresa Compradora.

- ❖ Contar con una red de proveedores confiable y competitiva.
- ❖ Garantizar que sus proveedores cuenten con el financiamiento requerido.
- ❖ Asegurar el suministro oportuno de partes e insumos en condiciones competitivas.
- ❖ Mayor control en la calidad del producto o servicio final.

Para el proveedor.

- ❖ Acceso a un mercado estable y creciente.
- ❖ Preservar e incrementar sus ventas.
- ❖ Mejorar en su control de calidad y nivel de productividad.
- ❖ Acceso a información y asesoría especializada.

A las medianas o grandes empresas compradoras que requieran desarrollar o mejorar su red de proveedores, Nacional Financiera les ofrece atención personalizada a través de sus equipos de promotores, par apoyarlas tanto en la identificación de sus necesidades como en el desarrollo de las estrategias requeridas para contar con proveedores más confiables y competitivos.

A las micro, pequeñas y medianas empresas interesadas en convertirse en proveedoras, Nacional Financiera les ofrece información y asesoría sobre el tipo de productos que demandan las grandes empresas compradoras, a través de su Sistema de Promoción y Seguimiento.

La operación del Programa de Desarrollo de Proveedores se basa en el establecimiento de una relación directa y activa de nuestros promotores, para propiciar la vinculación entre el proveedor, el comprador y los intermediarios financieros. Para ello, Nafin dispone de una amplia gama de productos y servicios que le permiten apoyar de manera efectiva las demandas de las empresas, entre los que destacan las siguientes:

- ❖ *Operaciones con Crédito de Segundo Piso.*
Capital de Trabajo.

5.3.7. - PROGRAMA DE APOYO A EMPRESAS INTEGRADORAS.

Nacional Financiera fomenta la integración de micro, pequeños y medianos empresarios, para que al asociarse logren contar con servicios especializados de promoción, comercialización, gestión tecnológica, subcontratación, financiamiento y estándares de diseño, entre otros.

Objetivo.

- ❖ Elevar la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas asociadas.
- ❖ Inducir especialización en algunas de las etapas del proceso productivo.
- ❖ Consolidar su presencia en el mercado interno e incrementar su participación en el de exportación.

En apoyo a las Empresas Integradoras y sus empresas asociadas, Nacional Financiera ofrece una gran variedad de productos y servicios, entre los que destacan los siguientes:

- ❖ *Operaciones con Crédito de Segundo Piso.*
 - Capital de Trabajo.
 - Maquinaria y Equipo.
 - Nuevas Tecnologías.
 - Esquemas de Cuasicapital.
- ❖ *Créditos a Tasa Fija.*
- ❖ *Programa de Garantías.*
- ❖ *Programa de aportación Accionaria.*
- ❖ *Capacitación y Asistencia Técnica.*
- ❖ *Alianzas Estratégicas.*

5.3.8. - CAPACITACION Y ASISTENCIA TECNICA.

Nacional Financiera tiene como uno de sus objetivos principales fomentar una nueva cultura empresarial, mediante acciones de capacitación y asistencia técnica dirigidas a elevar la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas. Estas acciones se realizan a través de una Red de Desarrollo Empresarial con cobertura nacional, que se encuentra integrada por:

- ❖ Instituciones de Educación Media y Superior.
- ❖ Institutos y Centros de investigación.
- ❖ Empresas de Consultoría.
- ❖ Instructores.
- ❖ Organismos Empresariales.

A través de la Red de Desarrollo Empresarial, Nacional Financiera ofrece en todas su oficinas del país, diversos servicios en materia de capacitación y asistencia técnica, entre los que destacan los siguientes cursos y programas:

Temas de Administración para Microindustrias (Colección PROMICRO).

Estos cursos tienen como objetivo proporcionar a empresarios de Microindustrias el conocimiento básico sobre la operación de una empresa, y de los mecanismo e instrumentos de control que le permitan desarrollar y elevar el nivel directivo de la gestión empresarial.

Temas Gerenciales para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Nafin-ITAM).

Este material fue diseñado para que el micro, pequeño y mediano empresario conozca de manera sencilla la teoría administrativa y los procesos fundamentales de gestión empresarial.

A través de este programa el empresario adquirirá los conceptos y herramientas básicas que le permitan mejorar las áreas funcionales de su empresa en aspectos de administración, contabilidad, finanzas, mercadotecnia, producción y recursos humanos.

Proceso de Mejoramiento Continuo - Calidad Total (Nafin-ITESM).

Este programa tiene como objetivo dar a conocer a los empresarios la tecnología de calidad total para elevar la competitividad de sus empresas, mediante la implantación de un proceso de mejoramiento continuo. Está dirigido a propietarios, directores, gerentes o responsables de micro, pequeñas y medianas empresas.

Cursos y Diplomados sobre el Ciclo de Vida de los Proyectos de inversión.

El objetivo de estos cursos es capacitar empresarios, funcionarios y mandos medios de los sectores público, privado y social, así como profesionistas de instituciones de educación superior, cuyas actividades estén vinculadas con los procesos de identificación, formulación, evaluación y ejecución de proyectos de inversión.

- Maquinaria y Equipo.
- Nuevas Tecnologías.
- Esquemas de Cuasicapital.
- ❖ *Créditos a Tasa Fija.*
- ❖ *Programa de Garantías.*
 - Garantías sobre Créditos.
- ❖ *Programa de aportación Accionaria.*
 - Directa.
 - Indirecta.
- ❖ *Operaciones de Factoraje.*
- ❖ *Constitución de Fideicomisos AAA.*
- ❖ *Capacitación y Asistencia Técnica.*
- ❖ *Alianzas Estratégicas.*

Esquema de Financiamiento para el Desarrollo de Proveedores del Sector público:

Objetivo.

Financiar el capital de trabajo de las pequeñas y medianas empresas industriales, que cuenten con pedidos de entidades del Sector Público Federal.

Sujetos de Apoyo.

Los beneficiarios son aquellas empresas manufactureras proveedoras de organismos o entidades del sector público, que previamente hayan firmado convenio con Nafin.

Ventajas.

Para el Sector Público.

- ❖ Contar con una red de proveedores más competitivos y confiables.
- ❖ Tener una mayor oferta de productos y obtener mejores precios.

Para el Proveedor.

- ❖ Atender a un mercado seguro.
- ❖ Mantener e incrementar sus ventas.
- ❖ Posibilidad de acceder a licitaciones de mayor cuantía.
- ❖ Acceso ágil al financiamiento.
- ❖ Mejoras en su control de calidad y nivel de productividad.
- ❖ Requerimiento mínimos de garantías.

Diagnóstico Empresarial.

Está dirigido a las micro, pequeñas y medianas empresas, y tiene como objetivo evaluar las áreas funcionales de la empresa, identificar sus problemas y deficiencias, proponiendo alternativas de solución que permitan mejorar su competitividad.

Asistencia Técnica Especializada (Nafin-PNUD).

Con este servicio se busca contribuir a mejorar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas, ofreciendo asistencia técnica especializada para incorporar nuevas tecnologías de producción, comercialización y administración. También tiene como objetivo identificar y proponer alternativas de solución a sus problemas de contaminación ambiental, adoptando tecnologías limpias.

5.3.9. - SERVICIOS FIDUCIARIOS, DE VALUACION Y DIAGNOSTICO.

Nacional Financiera ha desarrollado negocios fiduciarios por más de 50 años, lo que le permite hoy en día proporcionar un servicio profesional, ágil y seguro para cualquier interesado en constituir un fideicomiso.

Objetivo.

El fideicomiso es un contrato en virtud del cual el fideicomitente destina ciertos bienes o derechos a un propósito determinado, encomendándole la realización de este fin a Nacional Financiera, con la única condicionante de que sea lícito. Los fideicomitentes pueden ser personas físicas o morales, mexicanas o extranjeras, que posean capacidad legal para realizar este tipo de contratos.

Características.

El área fiduciaria de Nacional Financiera estructura los fideicomisos para que se apeguen a las necesidades y requerimientos que en particular tenga cada cliente y/o empresa, mediante una adecuada asesoría e instrumentación técnica y legal.

Con excepción de aquellos casos en donde se requiere la afectación de bienes inmuebles, los fideicomisos pueden establecerse legalmente en Nafin, mediante un contrato privado, lo que en la práctica se traduce en una gran

agilidad operativa, menor costo, y mayor flexibilidad con respecto a otros instrumentos.

De manera enunciativa y no limitativa, a continuación se señalan algunos de los negocios fiduciarios que puede proporcionar Nacional Financiera:

- ❖ Facilitar asociaciones para la realización de fines comunes.
- ❖ Fomentar la inversión y el ahorro.
- ❖ Manejar tesorerías.
- ❖ Captar créditos y capitales.
- ❖ Fondear operaciones con emisiones de deuda.
- ❖ Administrar inversiones y representar derechos.
- ❖ Aceptar y ejecutar mandatos.

En forma complementaria, Nacional Financiera atiende y resuelve las necesidades que tengan los empresarios en servicios de valuación técnica, y diagnóstico industrial de bienes y/o derechos sobre recursos industriales e inmobiliarios.

5.3.10. - BANCA DE INVERSION.

Nacional Financiera como banca de inversión, se orienta a la captación de recursos a plazos y costos que le permitan estar en posibilidad de ofrecer financiamiento acorde a los requerimientos de la planta productiva, y cumplir con el objetivo de trasladar los beneficios de dicha captación a sus acreditados.

Adicionalmente, la Institución ha desarrollado diversos servicios para ampliar las alternativas de financiamiento de las empresas y promover el desarrollo de nuevos proyectos de inversión. Apoya a las empresas para obtener mejores opciones de fondeo, mediante la aplicación de esquemas de ingeniería financiera, y desarrollo de instrumentos de mercado de dinero y capital. Para cumplir con estos objetivos, realiza las siguientes actividades:

Finanzas Corporativas.

Desarrollo de esquemas de ingeniería financiera para apoyar a las empresas en la realización de proyectos de larga maduración, y servicios de asesoría a empresas para la colocación de deuda y capital.

- ❖ *Sujetos de apoyo:* Promotores de proyectos en general.
- ❖ *Destino del apoyo:* Proyectos de larga maduración, reestructuración de pasivos, crecimiento y expansión de las empresas.

Mercado Intermedio para la Mediana Empresa Mexicana.

Esta es la Bolsa de Valores para la Mediana Empresa Mexicana que, por sus características, no puede acceder al mercado principal. Nafin ofrece servicios de apoyo financiero al momento de la colocación, promoción y asesoría financiera.

Asimismo, establece los nexos correspondientes entre empresas, intermediarios financieros, autoridades y órganos reguladores, Bolsa Mexicana de Valores, etc.

❖ *Fondo de Apoyo al Mercado Intermedio (FAMI).*

Este fondo otorga aportaciones de capital en forma temporal y minoritaria a empresas medianas, con el propósito de fortalecer su estructura y promover su colocación en el Mercado para la Mediana empresa Mexicana, en un plazo no mayor de 3 años.

Mercado de Dinero.

Nafin ofrece inversiones en instrumentos con operaciones en directo o en reporto en el mercado de renta fija. Las operaciones se realizan entre Nafin y sus clientes, casas de bolsa y otros bancos nacionales y extranjeros.

Instrumentos de Nafin:

- ❖ *Aceptaciones Bancarias (AB's Nafin).* - Con plazos de un día a 20 años, y se emiten a descuento. Su compra no se encuentra restringida y su rendimiento es cotizado diariamente.
- ❖ *Bonos de Desarrollo Nafin (NAFIDES).* - proporcionan rendimientos a sus tenedores a la tasa que resulte más alta entre la TIIP o CETES vigentes a la fecha de revisión de la tasa de cupón, pagaderos cada 91 días.
- ❖ *NAFIXED.* - Instrumento que ofrece rendimientos a tasa fija.
- ❖ *BINAFIN.* - Instrumento que ofrece rendimientos a tasa real (por encima de la tasa de inflación).
- ❖ *Mercado de Coberturas Cambiarias y de Divisas.* - Nafin ofrece contratos de coberturas cambiarias para periodos que van de tres días a un año, con tipos de cambio competitivos y transferencias de fondos de manera ágil y oportuna a cualquier parte del mundo.

Fusiones y Compra-Venta de Empresas.

Nafin apoya a las empresas en sus procesos de constitución, aumentos de capital, fusiones, adquisiciones, coinversiones y alianzas estratégicas.

Principales acciones:

- ❖ Asesoría técnica a las empresas para apoyar los procesos mencionados.
- ❖ Evaluación y aportación de recursos vía capital de riesgo.
- ❖ Apoyo para la adquisición de empresas propiedad del Gobierno.

Administración y Custodia de Títulos.

Nafin ofrece servicios de custodia y administración de títulos de emisiones gubernamentales, así como algunas emisiones de empresas mexicanas.

Depósitos Diversos.

Nafin recibe los depósitos obligatorios que la ley y las autoridades administrativas y jurídicas ordenan.

5.3.11. - OPERACIONES INTERNACIONALES.

La presencia de Nacional Financiera en los principales mercados internacionales, le ha permitido operar la mayoría de los instrumentos que en ellos se manejan, y ofrecer una variada gama de productos para satisfacer las necesidades financieras de sus clientes.

De la diversidad de servicios financieros que Nafin ofrece, destacan:

- ❖ Mercado de divisas.
- ❖ Coberturas cambiarias.
- ❖ Garantías a empresas mexicanas para la emisión de bonos en los mercados internacionales de capital.
- ❖ Líneas de crédito de corto, mediana y largo plazo, para financiar las operaciones de preexportación, exportación e importación con tasas de interés preferenciales.
- ❖ Carta de crédito.
- ❖ Asesoría financiera para operaciones de comercio exterior.

Adicionalmente, Nacional Financiera se ha constituido en el principal agente financiero del Gobierno Federal al participar activamente en la promoción, gestión, tramitación y ejecución de financiamientos del Banco Mundial desde 1949, y del Banco Interamericano de Desarrollo y Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola desde 1961 y 1980, respectivamente.

Esta experiencia le permite otorgar capacitación sobre todos los aspectos de la función del agente financiero, la cual ha efectuado no sólo en México sino también en países de Centro y Sudamérica.

5.3.12. - ALIANZAS ESTRATEGICAS.

Nacional Financiera apoya la creación de alianzas estratégicas internacionales entre empresas mexicanas y del exterior, como medio para incrementar la competitividad de empresas establecidas en el país.

El objetivo es facilitar a las empresas mexicanas el acceso a nuevos mercados, líneas de productos y procesos, sistemas de producción, materias primas y recursos financieros, mediante operaciones de:

- ❖ Coinversión.
- ❖ Subcontratación.
- ❖ Licencias de fabricación.
- ❖ Alianza comercial entre productores.
- ❖ Fusiones y adquisiciones.
- ❖ Servicios de asesoría e información.
- ❖ Recursos financieros.
- ❖ Servicios de ingeniería financiera.
- ❖ Servicios de tesorería.
- ❖ Servicios fiduciarios.

Los apoyos de Nafin consideran desde la capacitación al empresario en las alternativas de alianzas estratégicas con empresas extranjeras, hasta la identificación de posibles socios y la formalización de los convenios correspondientes.

5.4. - GRUPOS FINANCIEROS NO BANCARIOS.

Los grupos financieros no bancarios son otra forma de financiamiento en México, los cuales se describen a continuación incluyendo sus principales características.

5.4.1. - ARRENDAMIENTO.

Contrato por medio del cual la arrendadora está obligada a: adquirir determinados bienes tangibles, y otorgar su uso y goce temporal en un plazo forzoso, a cambio de una contraprestación, que se liquidará en pagos parciales, debiendo ser ésta equivalente o mayor al valor del bien.

Que el plazo forzoso sea igual o superior al mínimo, para deducir la inversión, en los términos de las leyes fiscales, y cuando dicho plazo sea menor, se permita cualesquiera de las siguientes opciones:

- ✧ Que se transfiera la propiedad del (los) bien (es) objeto del contrato, mediante el pago de una cantidad determinada, la cual será inferior al valor del mercado.
- ✧ Que se prorrogue el contrato a un plazo determinado, durante el cual los pagos serán inferiores a los que se fijaron en el plazo inicial.
- ✧ A participar con la arrendadora financiera en el precio de la venta de los bienes a un tercero, en la proporción que se convenga.

De la operaciones antes señaladas, la más común es la que se menciona en la primera opción, es decir, pagar un precio simbólico por el bien, que normalmente va del 1 al 5%, el cual se paga al finalizar el contrato.

El arrendamiento es un mero instrumento de financiamiento, ya que el objeto de la operación no sólo es obtener el uso y goce temporal de un bien, sino más bien la propiedad, donde se diferencia entre el capital y los intereses. Estos intereses serán deducibles en la parte que resulte al calcular el componente inflacionario, de acuerdo a los artículos 7A - 7B ISR.

Con respecto al tratamiento de las opciones señaladas para término del contrato, se tendrá que en caso de que se transfiera la propiedad del bien mediante una cantidad determinada, o bien, por prorrogar el contrato por un plazo cierto, el importe de la opción se considerará como complemento del monto original de la inversión, el cual se deducirá en los años que falten para terminar de deducir el monto original de la inversión.

En caso de que se opte por obtener participación por la enajenación de los bienes a terceros, se deberá considerar como deducible la diferencia entre los pagos efectuados y las cantidades ya deducidas, menos el ingreso obtenido por la participación obtenida.

El Impuesto al Valor Agregado de la operación con respecto al bien se liquidará sobre el monto original de la inversión, que se determine de acuerdo al artículo 48 ISR, el cual se pagará la momento de la firma del contrato; con respecto al IVA de los intereses, se liquidarán en cada pago parcial durante el plazo del contrato.

Normalmente las arrendadoras financieras cobran una comisión de apertura que va del 0.5 al 2% aproximadamente; asimismo, se tiene como práctica el cobrar rentas de depósito, que normalmente es de una. La opción de compra va del 1 al 5% y se paga al momento de facturarse el bien término

del contrato. Los pagos periódicos o rentas normalmente están sujetas a la variabilidad de la tasa líder del mercado de dinero, CPP, Cetes o Aceptaciones.

Las arrendadoras financieras podrán practicar como operación análoga el arrendamiento puro, de conformidad con las siguientes bases:

- ✧ Se define al arrendamiento puro como el acuerdo entre dos partes, arrendador y arrendatario, mediante el cual el arrendador otorga el uso o goce temporal de un bien por un plazo inicial forzoso al arrendatario, el cual está obligado a pagar periódicamente por ese uso o goce, un precio acordado denominado renta.
- ✧ Son susceptibles de arrendamiento todos los bienes que pueden usarse sin consumirse, excepto aquellos que la Ley prohíbe arrendar y los derechos estrictamente personales.
- ✧ El arrendatario podrá seleccionar el proveedor, fabricante o constructor y autorizar los términos, condiciones y especificaciones que contenga el pedido u orden de compra, identificando y describiendo los bienes que se adquieran.
- ✧ Es obligación de arrendatario cubrir todos los gastos de instalación, seguros, mantenimiento, reparaciones, etc., es decir, todos los que sean necesarios para garantizar el funcionamiento y conservación de los bienes objeto de arrendamiento, al grado que permita el uso normal que les corresponda.
- ✧ El importe de las rentas será determinado, tomando en consideración el valor estimado del mercado de los bienes al final del plazo inicial forzoso, así como la carga financiera que se pacte.
- ✧ Se estipulará un plazo inicial forzoso para ambas partes, el cual podrá ser prorrogado de común acuerdo, fijando un nuevo importe a las rentas.

Al final del plazo pactado, el arrendatario devolverá los bienes a la arrendadora en las mismas condiciones en que los recibió, con excepción del deterioro causado por el uso normal de acuerdo con su naturaleza. La arrendadora, al recibir la devolución de los bienes objeto del arrendamiento, procederá a su venta a un tercero, o aún al propio arrendatario, exclusivamente en el valor comercial de los mismos. En este tipo de arrendamiento las rentas son efectivamente un gasto, por lo que serán deducibles dependiendo la naturaleza del bien.

5.4.2. - FACTORAJE.

Por virtud del contrato de Factoraje, la empresa de Factoraje financiero conviene con el cliente en adquirir derechos de crédito que éste tenga a su

favor por un precio determinado o determinable en moneda nacional o extranjera, independientemente de la fecha y la forma en que se pacte, siendo posible cualquiera de las modalidades siguientes:

- ✧ Que el cliente no quede obligado a responder por el pago de los derechos de crédito transmitidos a la empresa de Factoraje financiero (Factoraje puro).
- ✧ Que el cliente quede obligado solidariamente con el deudor a responder del pago puntual y oportuno de los derechos de crédito transmitidos a la empresa de Factoraje financiero (Factoraje con recurso).

Tipos de Factoraje.

Factoraje de cuentas por cobrar.

Se refiere a la sesión de derechos de crédito que el cliente tiene en su haber derivadas de su operación habitual. Este tipo de Factoraje podrá ser puro (sin responsabilidad) o delegada (realizada por el cliente).

Cuando la cobranza vaya a ser directa la cesión de derechos de créditos deberá ser notificada al deudor en cualquiera de las formas siguientes:

- ✧ Entrega del documento comprobatorio de la cesión de derechos de crédito y acuse de recibo del deudor mediante contraseña, contrarrecibo o cualquier otro signo inequívoco de recepción.
- ✧ Comunicación por correo certificado con acuse de recibo, telex, fax, contraseña o cualquier otro medio donde se tenga evidencia de su recepción.
- ✧ Notificación realizada por fedatario público.

El pago que realicen los deudores al acreedor original o al último titular después de recibir la notificación de la cesión de derechos no los libera de responsabilidad ante la empresa de Factoraje.

Gracias a la moderna legislación en materia de Factoraje financiero, adecuadamente se pueden ceder derechos de cobro mediante facturas, contrarrecibos, letras de cambio, pagarés, contratos mercantiles, etc. Siempre y cuando no estén vencidos y que estos sean el resultado de la proveeduría de bienes y servicios.

Factoraje a proveedores.

El Factoraje a proveedores se ofrece a empresas de gran arraigo y solvencia con el objeto de apoyar a sus proveedores, al adquirir la empresa

de Factoraje los pagarés emitidos por el cliente antes del plazo contratado para su pago.

La operación se realiza por el 100% del valor del pagaré descontando el cargo financiero, de esta forma el proveedor recibe su pago de contado y el cliente no altera sus políticas de crédito.

Beneficios cliente:

- ❖ Permite continuar obteniendo crédito de sus proveedores en épocas de baja liquidez.
- ❖ Facilita la negociación y aplicación de plazos entre los proveedores.
- ❖ Ayuda a proteger los costos de sus productos al obtener oportunamente los insumos necesarios.
- ❖ Permite una mejor planeación de su tesorería, programando en forma más fácil el pago de sus insumos.

Beneficios proveedor:

- ❖ Continúa vendiendo a crédito y cobra de contado.
- ❖ Mejor planeación en el flujo de caja.
- ❖ Cuenta con liquidez para la operación normal del negocio.

Factoraje internacional.

El Factoraje internacional se refiere al financiamiento de cuentas por cobrar proveniente de ventas de exportación.

Participantes:

- ❖ Exportador o cedente. Es la parte que factura los bienes suministrados o la prestación de servicios aun deudor en el extranjero.
- ❖ Importador o deudor. Es la parte obligada a pagar la factura emitida por el exportador y denominada en divisas.

Contratación:

- ❖ Llevar la solicitud de línea de Factoraje a factor, anexando una relación de los clientes a ceder.
- ❖ Recabar los poderes para actos de dominio de la persona que vaya a obligar por el cliente, ya que es una operación de compra-venta de derechos.
- ❖ Firma de contrato que regula las relaciones del cliente con factor.
- ❖ Firma de contratos de sesión por cada operación que es donde se ceden los derechos de cobro del cliente.

Costo del Factoraje.

El costo financiero de la operación de Factoraje debe incluir tres elementos a saber:

- ❖ Los honorarios por apertura de línea.
- ❖ El valor de descuento.
- ❖ Una comisión por custodia, administración y cobranza.

Por el pago de honorarios de apertura, el cedente recibe del factor la garantía de que al momento que lo solicite habrá a su disposición fondos suficientes para cubrir sus necesidades de efectivo. El valor de descuento estará en relación directa al costo del dinero en mercado financiero mexicano. La comisión por custodia, administración y cobranza oscila entre un límite mínimo y uno máximo, la diferencia entre ambos límites se encuentra condicionada al importe de las ventas, el número de facturas, la concentración y la rotación de la cartera, la calidad del producto, la distribución geográfica de los contadores, etc.

5.4.3. - AFIANZADORAS.

A diferencia de otras empresas, las compañías afianzadoras desempeñan una doble función: ejercer el comercio en cuanto tal y, contribuir al reforzamiento de las relaciones comerciales bajo la supervisión y vigilancia del Estado. *Un contrato de fianza es aquel mediante el cual una persona (en este caso las afianzadoras) se compromete a pagar por el deudor si este no lo hace, teniendo de éste modo una función auxiliar en las relaciones crediticias.*

Partes que intervienen en la fianza.

Elementos personales:

- ❖ Empresa (fiador).
- ❖ Beneficiario.
- ❖ Solicitante.

Elementos formales:

- ❖ Contrato de fianza.
- ❖ Expedición de la póliza.

Elementos reales:

- ❖ Garantizar una obligación ajena (objeto primordial de la fianza) que puede ser de dar o de hacer.
- ❖ El pago que el fiado o solicitante hace a la afianzadora en retribución al servicio prestado.

Contenido obligacional.

- ✧ Son los derechos y obligaciones que hacen de la celebración del contrato efectos acreedor-fiador.

Clases de fianzas.

- ✧ *Ramo I. FIDELIDAD.* Garantiza responsabilidades pecuniarias de origen delictuoso en que pueda incurrir algún empleado por la comisión de hechos delictuosos llamados de infidelidad patrimonial.
- ✧ *Ramo II. JUDICIALES.* Son las originadas por asuntos ventilados ante los diversos juzgados.
- ✧ *Ramo III. GENERALES.* Son todas aquellas que no son de fidelidad ni judiciales.
- ✧ *Ramo IV. CREDITO.* Son las originadas por créditos otorgados por particulares, créditos intermediados por casas de bolsa, créditos otorgados por organismos del fomento a la vivienda, créditos otorgados e intermediarios por el sistema bancario.

5.4.4. - ALMACENADORA.

En el derecho mexicano, los almacenes generales de depósito, están considerados como organismos auxiliares de crédito, según expresa la fracción I del artículo 3º de la Ley General de Organizaciones y Actividades Auxiliares de Crédito.

Los puntos más relevantes respecto del funcionamiento de los almacenes generales de depósito, son los siguientes:

- ✧ Los almacenes generales de depósito son los únicos autorizados para emitir certificados de depósito y bonos de prenda.
- ✧ Los certificados podrán emitirse con o sin bonos de prenda.
- ✧ Los almacenes podrán expedir certificados de depósito por mercancías en tránsito, en bodegas o en ambos puestos, siempre y cuando esta circunstancia se mencione en el cuerpo del certificado.

Los almacenes generales de depósito podrán además realizar las siguientes actividades:

- ✧ Prestar servicios de transporte con equipo propio o arrendado, mientras los bienes están en depósito.
- ✧ Certificar la calidad de bienes o mercancías y valorar los mismos.
- ✧ Anunciar con carácter informativo, por cuenta y a solicitud de los depositantes, la venta de bienes y mercancías depositados. Por lo tanto, podrán exhibir los mismos y dar a conocer las cotizaciones de venta.

- ✧ Empacar y envasar bienes y mercancías por cuenta del depositante o titular de los certificados de depósito.

Los almacenes generales de depósito podrán ser de dos tipos:

- ✧ Los que se destinen a graneros o depósito especiales para semillas y demás frutos o productos agrícolas, industrializados o no, así como a recibir en depósito mercancías, efectos nacionales o extranjeros de cualquier clase, por lo que se hayan pagado los impuestos correspondientes.
- ✧ Los que además de estar facultados en los términos señalados en la fracción anterior, lo estén también para recibir mercancías destinadas al régimen de depósito fiscal.

Los almacenes no podrán expedir certificados, cuyo valor en razón de las mercancías que amparen, sea superior a 50 veces su capital pagado, más reservas de capital, excluyendo el de aquellos que se expidan con carácter de no negociables. Son bodegas habilitadas aquellos locales que formen parte de las instalaciones del depositante que el almacén tome a su cargo, para operarlos como bodegas y efectuar en ellos el almacenamiento, guarda y conservación de bienes o mercancías propiedad del mismo depositante.

El Certificado de Depósito acredita la propiedad de mercancías o bienes depositados en el almacén que lo emite; el Bono de Prenda, representa la constitución de un crédito prendario sobre mercancías o bienes indicados en el certificado correspondiente.

El Certificado y el Bono deberán contener:

- ✧ Mención de ser Certificado de Depósito y Bono de Prenda respectivamente.
- ✧ La designación y firma del almacén.
- ✧ El lugar de depósito.
- ✧ La fecha de expedición del título.
- ✧ El número de orden que deberá coincidir en ambos documentos aún cuando los bonos se expidan fraccionadamente.
- ✧ La mención de los adeudos o de las tarifas en favor del almacén o en su caso, la mención de no existir tales adeudos.

El Bono de Prenda deberá contener además:

- ✧ El nombre del tomador del bono o la mención de ser emitido al portador.
- ✧ El importe del crédito que el bono representa.
- ✧ El tipo de interés pactado.

- ❖ La fecha del vencimiento, que no podrá ser posterior a la fecha en que concluya el depósito.
- ❖ La firma del tenedor del certificado, que negocie el bono por primera vez.
- ❖ La mención suscrita por el almacén o por la institución de crédito que intervenga en la primera negociación del bono, de haberse hecho la anotación respectiva en el certificado de depósito.

El que sea tenedor del certificado de depósito tiene dominio sobre las mercancías o efectos depositados, pero no podrá retirarlos sino mediante el pago de las obligaciones que tenga para con el fisco y los almacenes.

Podrá igualmente retirar una parte de los bienes depositados entregando una suma de dinero proporcional al monto del adeudo que representen el bono o los bonos relativos a la cantidad de mercancías extraídas y cubriendo al fisco, en su caso, los importes correspondientes. Los almacenes deberán hacer las anotaciones correspondientes en el certificado respectivo.

La Prenda se constituye:

- ❖ Por la entrega al acreedor de los bienes o títulos de crédito, si éstos son al portador.
- ❖ Por endoso de los títulos de crédito en favor del acreedor, si son nominativos.
- ❖ Por la entrega al acreedor del título o documento en qué el crédito conste, cuando el título o crédito materia de la prenda no sea negociable.
- ❖ Por el depósito de los bienes o títulos si éstos son al portador, en poder de un tercero que las partes hayan designado, y a disposición del acreedor.
- ❖ Por la entrega o endoso del título representativo de los bienes objeto del contrato, o por la emisión o el endoso del bono relativo.
- ❖ Si el precio de los bienes o títulos dados en prenda baja, de manera que no baste para cubrir el importe de la deuda y un 20% más, el acreedor podrá proceder a la venta de la prenda.

El acreedor prendario no podrá hacerse dueño de los bienes o títulos dados en prenda, sin el expreso consentimiento del deudor, manifestado por escrito y con posterioridad a la constitución de la prenda.

Los préstamos prendarios son por lo general a corto plazo. Sin embargo, los almacenes pueden emitir certificados hasta por un plazo de dos años.

Con frecuencia el importe del préstamo prendario podrá ser hasta por el 70% del valor de las mercancías.

El depósito fiscal.

Una modalidad importante en el servicio de las almacenadoras es el depósito fiscal. El proceso de apertura de la economía mexicana ha generado un flujo de importaciones y la utilidad de este servicio.

El depósito fiscal consiste de manera general en el almacenamiento de mercancías importadas. Las ventajas que se obtiene para los importadores son las siguientes:

- ❖ Lograr diferir el pago de impuestos por concepto de importación hasta por dos años, mientras no se disponga de la mercancía resguardada en el almacén.
- ❖ Retiros parciales de mercancías, lo que genera la posibilidad de hacer compras de altos volúmenes, obtener descuentos, planear eficientemente el nivel de inventarios.
- ❖ Eliminar que los productos incurran en abandonos en aduanas cuando excedan el plazo previsto.
- ❖ Obtener ahorros financieros al lograr diferir los desembolsos por concepto de impuestos hasta por dos años.
- ❖ Consignación de mercancías a través de convenios tripartitas.
- ❖ Reexpedir de México al país de origen, las mercancías depositadas sin pagar impuestos de importación o exportación siempre y cuando no excedan el plazo de dos años.
- ❖ Fomentar el proceso de venta a través de la exhibición en recinto fiscal.
- ❖ Agilizar trámites aduanales reduciendo los costos de operación de importación.
- ❖ Diferir el pago del impuesto del 2% a los activos, ya que las mercancías depositadas en almacén fiscal se consideran en tránsito.
- ❖ Mantener el importe del impuesto pagado con la fecha de entrada al almacén; ahorrándose posibles aumentos que pueda sufrir la tarifa de valores.

Costos de almacenamiento.

- ❖ *Almacenaje:* Una cantidad al millar por mes o fracción sobre el valor normal más el total de los impuestos.
- ❖ *Seguro:* Una cantidad al millar por mes o fracción sobre el valor normal más el total de los impuestos.
- ❖ *Cargo único:* Un porcentaje sobre el monto total de los impuestos por cada internación y por única vez.
- ❖ *Maniobras:* Según tarifas convencionales vigentes.

5.5. - FINANZAS INFORMALES.

Actualmente en México existen dos sectores financieros a los que se puede recurrir, el sector *formal* y el sector *informal*.

El primero hace referencia a todas aquellas actividades financieras que están reguladas por una institución legalmente reconocida: bancos comerciales, casas de bolsa, mercados instrumentos y organismos regulados por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Comisión Nacional bancaria y de Valores, el Banco de México, etc.

El segundo, como lo define Adams y Fitchett (1992): *"lo que se conoce por finanzas informales, abarca a todas las operaciones financieras, préstamos y depósitos que se realizan al margen de la regulación de una autoridad monetaria o financiera"*.

Existen diferentes tipos de créditos informales, sin embargo, para el objetivo de la presente investigación, sólo se mencionarán algunos de los más representativos:

Crédito de amigos y parientes.

Este parece ser en México el tipo de crédito más importante con que cuentan las personas que no pueden acceder a las finanzas informales, generalmente este crédito se otorga sin ningún tipo de interés, enfocado como un favor personal, pero con la obligación implícita de corresponder de igual forma en el futuro.

Crédito amarrado a otras transacciones.

Este tipo de crédito tiene como característica principal el estar en relación con alguna contraprestación directa. Estos nexos reducen los costos de investigación, el seguimiento y cumplimiento de los contratos de préstamo, la calidad crediticia del prestatario y, generalmente, están directamente relacionados con algún vínculo económico.

Como ejemplos de estos créditos se tienen: crédito amarrado al empleo, crédito amarrado a la compra de insumos y/o a la venta de productos, crédito de la tienda de abarrotes local y crédito para compras a plazos.

Agiotistas profesionales.

El agio se define como préstamo en efectivo a una tasa de interés especificada, y los agiotistas profesionales como personas que prestan con el objeto de obtener una tasa de rendimiento, generalmente este tipo de personas están claramente identificadas en su comunidad.

Los agiotistas son una fuente de crédito relativamente menos utilizada porque son muy caros, pero también porque no le prestan a la mayoría de las personas que solicitan el crédito.

Montepíos legales.

En México existen tanto prestamistas prendarios del sector informal como montepío que operan legalmente (pero que no pueden considerarse del todo formales, ya que no están reguladas o supervisadas por una autoridad financiera). Ambos otorgan alrededor del 50% del valor del bien tomado en garantía (empeño).

Dentro de los montepíos legales más reconocidos están el Nacional Monte de Piedad(NMP), que cuenta con 12 sucursales en el Distrito Federal y 22 en el resto de la República, donde se puede empeñar casi cualquier cosa, excepto animales vivos, material pornográfico, armas, ni ciertos modelos obsoletos de artículos electrónicos como videocaseteras.

El NMP presta entre el 40% y 50% del valor del artículo empeñado, una vez que éste ha sido determinado por los valuadores. Sin embargo, en cuanto a los automóviles, se apegan a la regla de otorgar el 40% del valor consignado en el libro azul.

El Montepío Luz Saviñón (MLS), si bien poco conocido, es la otra casa de empeño legal en México. Cuenta con una sola sucursal ubicada en el Distrito Federal y otorga el 50% del valor del bien empeñado.

5.6. - FINANCIAMIENTO PROPIO.

Sin lugar a dudas este es el punto más fácil de mencionar pero, es al mismo tiempo, la forma de financiamiento más difícil de obtener. El financiamiento propio no es otra cosa que disponer de recursos propios al momento de iniciar cualquier actividad empresarial.

Los recursos pueden provenir de diferentes fuentes (principalmente del sector financiero informal): capital personal del dueño de la empresa, asociación de personas, préstamos personales (principalmente familiares), etc.

La característica más importante, a excepción de los préstamos personales, es que todos los participantes asumen el riesgo de una posible pérdida, ya sea total o parcial, de los recursos invertidos. La forma como se administren estos recursos, dependerá en gran parte, de la capacidad administrativa de él o los integrantes de la empresa.

Aún cuando se podría pensar que la responsabilidad disminuye por no presentar cuentas ni adeudos a terceros, es importante el control rigurosos de estos recursos porque podrían ser los ahorros de él o los dirigentes. Lo que ocasionaría un fuerte impacto no sólo económico, sino que también podría medrar la moral de los mismos.

Por esto el financiamiento propio implica tanta responsabilidad como las fuentes anteriormente mencionadas.

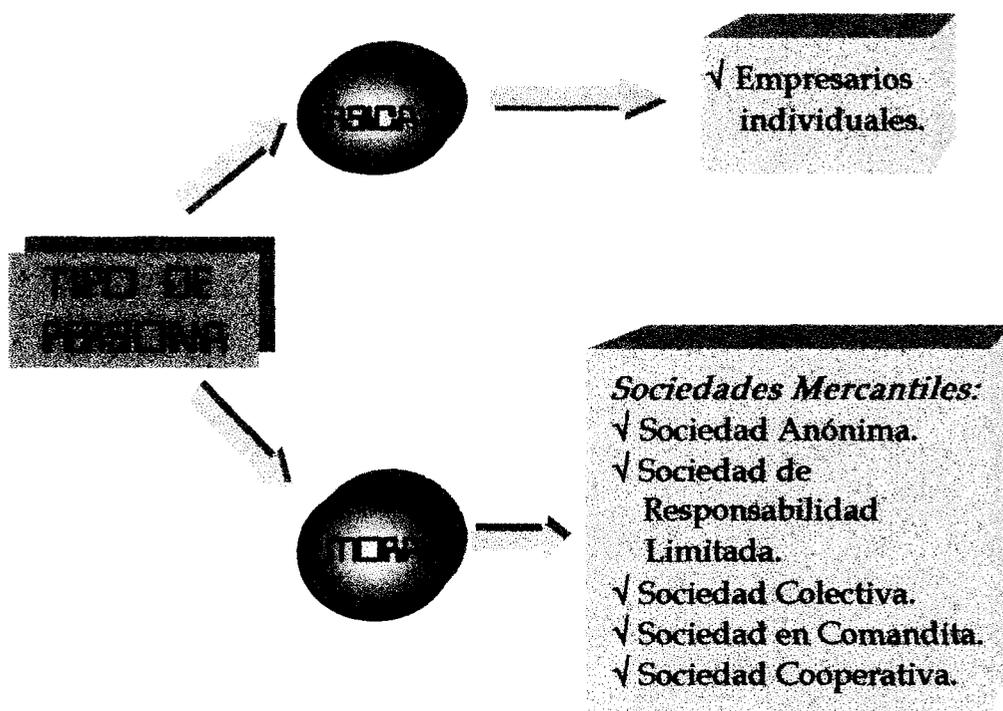


CAPITULO VI

LA FORMA JURIDICA

Al momento de decidir sobre explotar o desarrollar cualquier actividad de manera formal, él o los interesados deben hacerse la siguiente pregunta: *¿Qué forma jurídica deberá poseer la organización?*

La siguiente gráfica muestra las principales formas jurídicas que pueden tener la empresas constituidas en el país:



El primer punto a dilucidar será si la organización se constituirá como sociedad o como persona física; esto es de suma importancia porque regirá la forma de actuar en cada caso, las obligaciones y derechos fiscales, así como los costos en los que se incurrirá. En el medio contable es muy común usar los términos: personas físicas y personas morales. Por esto, es preciso entender que con ello se diferencia un negocio de un solo dueño, de una sociedad donde existen más de un propietario, a la que se le denominará persona moral o sociedad.

La Ley del Impuesto Sobre la Renta hace la separación de sus obligaciones como contribuyente persona física y persona moral en algunos casos, y en otros son los mismos.

Es importante conocer desde el inicio de cualquier actividad a que tipo de obligaciones se está responsabilizado y a cuales no. Las sociedades mercantiles como las S.A., para constituirse y operar deben tener:

Un mínimo de socios, un mínimo de capital, estar sujetas entre otras, a la Ley de Sociedades Mercantiles cumpliendo con todas las obligaciones que enumera el Capítulo V de esta Ley a través de los artículos 87 al 206, en cuanto a su constitución y administración; y en cuanto a las obligaciones fiscales, los artículos 10 al 66 de lo que indica el Impuesto Sobre la Renta. El Código Fiscal también reglamenta las obligaciones y derechos de todos los contribuyentes, entre éstos las sociedades mercantiles.

Hay otros grupos de sociedades mercantiles: las de Régimen Simplificado que las controlan los artículos 67 al 67-I, según el título II-A del ISR. Las demás sociedades como las no lucrativas, no tienen injerencia importante porque el tema de investigación acata principalmente a las sociedades lucrativas. Todas las sociedades al momento de constituirse, deben recurrir ante Notario Público para la formación de su escritura constitutiva, sea para fines lucrativos o no lucrativos.

Así mismo, las personas morales son negocios creados con personalidad jurídica independiente a la de los socios; existen varios tipos de personas morales de acuerdo con el artículo 1º de la Ley de Sociedades Mercantiles, entre las más conocidas están: la Sociedad Anónima, Sociedad Civil, la de Responsabilidad Limitada (S. de R.L.) y las Sociedades Cooperativas.

Las Personas Físicas para constituirse e iniciar operaciones para cualquier actividad, no necesitan recurrir ante el notario como sucede con cualquiera de las sociedades ya antes vistas, porque el negocio está a nombre de un solo propietario. Se reglamentan mediante el Título IV del ISR; este se aplica según la actividad que tenga la persona física en la porción que le corresponda de la Ley.

Es de suma importancia contar con la asesoría de un Contador capacitado para que proporcione la orientación necesaria en cuanto a la conformación de la empresa, de acuerdo con las características particulares de cada persona; ya que la forma contable y fiscal que posea la empresa no es una decisión simple y arbitraria, sino que se debe estudiar cada situación de forma particular y optar por las opciones que mejor garanticen su buen funcionamiento y desarrollo.

CAPITULO VII

***TRAMITES PARA DAR DE
ALTA UN NEGOCIO EN
LA CIUDAD DE MEXICO***

Toda persona que desee incursionar en el campo empresarial, debe llevar a cabo una serie de gestiones y trámites de carácter local y federal.²¹ De acuerdo con lo anterior, como primer paso para establecer un comercio deberá verificar qué situación prevalece en materia de uso de suelo.

7.1. - CONSTANCIA DE ZONIFICACION DE USO DE SUELO.

Es el documento expedido por el Registro del Plan Director para el Desarrollo Urbano del Distrito Federal de la Coordinación General de Reordenación Urbana y Protección Ecológica, con domicilio en las calles de Talavera número 20, esquina con República de El Salvador, en el centro de esta ciudad de México, por medio del cual hace constar si un uso del suelo es permitido, condicionado o prohibido, especificando las normas técnicas complementarias que le sean aplicables de acuerdo al Programa Parcial de Desarrollo Urbano que le corresponda, haciendo destacar que existe un plano para cada Delegación.

En algunas Delegaciones del departamento del Distrito Federal como Coyoacán y Benito Juárez, también se puede realizar este trámite siempre y cuando el domicilio del establecimiento se encuentre dentro de su jurisdicción. En ambos casos se deberá una solicitud que contenga:

- * Pago de derechos que determine la Ley General de Hacienda del Departamento del Distrito Federal.
- * Croquis de la localización donde se indique el nombre de todas las calles que limitan la manzana donde se encuentra el establecimiento, superficie en metros cuadrados del establecimiento y orientación del mismo, así como la superficie total del predio.
- * Fotocopia de identificación con fotografía del solicitante.

Cuando el trámite se efectúa a través de las Delegaciones, éstas normalmente practican una visita física al establecimiento para corroborar los datos y características proporcionadas.

(Ver artículo 40 y 41 del Reglamento de Zonificación para el Distrito Federal).

²¹ CAMARA NACIONAL DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MEXICO. *Trámites para dar de alta un negocio en la ciudad de México.* Edit. Limusa Noriega Editores. México. 1997.

7.2. - LICENCIA DE USO DE SUELO.

Es el documento expedido por las autoridades del Departamento del Distrito Federal por medio del cual se autoriza el uso o destino que pretenda darse a un predio o local y en ellas se señalan las condiciones que de acuerdo con el Programa Director para el Desarrollo Urbano se fijan en materia de vialidad, estacionamientos, áreas verdes, áreas de maniobras y densidad de población.

Este documento debe obtenerse obligatoriamente antes de la Licencia de Construcción cuando los programas parciales y las declaratorias en su caso lo marcan como uso condicionado en el artículo 53 fracción I y II del Reglamento de Construcciones y en la Tabla de Usos del Programa Parcial de Desarrollo Urbano Delegacional.

Para aquellas personas que en la constancia de Zonificación de Uso del Suelo se les condiciones a obtener la Licencia de Uso del Suelo, deben acudir a realizar este trámite ante la Delegación que corresponda al domicilio del establecimiento, presentando:

- * Solicitud.
- * Planos arquitectónicos autorizados (con planos de distribución y localización) por cuadruplicado.
- * Memoria descriptiva por cuadruplicado, que consiste en la narración de características del proyecto en sus instalaciones, estructura y acabados arquitectónicos, detallando ampliamente su ubicación, el objeto, destino y tipo de áreas.
- * Estudio de imagen urbana y proyección de sombras, que tiene por objeto regular las características de las construcciones de tal manera que no alteren el contexto y contorno urbano existente en la zona, tomando en cuenta las salientes y alturas de la construcción para precisar el impacto que proyecta su sombra.

Este trámite genera pago de derechos y sus vigencia es indefinida, mientras no cambien los usos o los destinos del predio local.

Por lo general, la autoridad delegacional practica una visita de verificación para corroborar los datos y características proporcionados.

(Ver artículos 43 del Reglamento de Zonificación para el Distrito Federal y 53 del Reglamento de Construcciones del Distrito Federal).

7.3. - REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES.

La inscripción se realiza en el Registro Federal de Contribuyentes de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, proporcionando la información relacionada con su identidad, domicilio y en general sobre su situación fiscal.

La solicitud debe presentarse a través del buzón fiscal que corresponda a la Administración Local de su domicilio fiscal en original y copia, forma HRFC1, formulario de uso múltiple, dentro del mes siguiente al día en que se efectúan las situaciones que a continuación se señalan:

- a) Para personas morales residentes en México, a partir de que se firme su acta constitutiva, debiendo acompañar copia certificada de la misma a su solicitud.
- b) Para personas físicas, así como las morales residentes en el extranjero, desde que se realicen las situaciones jurídicas de hecho que den lugar a la presentación de declaraciones periódicas (apertura).

Las personas físicas deben acompañar a la solicitud, su acta de nacimiento en original o copia certificada; este trámite no genera pago de derechos.

Es muy importante que el registro ante la Secretaría de Hacienda se efectúe mediante asesoría contable, con el fin de evitar errores tanto en su llenado como en el giro a manifestar por parte de la empresa.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público ha dado a conocer las siguientes instrucciones para el uso adecuado del buzón fiscal:

1. Una vez llenado el formulario en original y copia, se deberá introducir el original en el sobre para buzón, anexando la documentación requerida (acta de nacimiento, acta constitutiva, etc.).
2. El sobre se deberá cerrar y llenar por el frente con los datos de identificación del interesado y en el reverso deberán marcar con una "X", los documentos que contiene el sobre a efecto de dar trámite a la solicitud.
3. El sobre debidamente requisitado y la copia del formulario, deberán introducirse en el reloj franqueador. Posteriormente depositará el sobre en el buzón fiscal, conservando la copia del formulario como acuse de recibo.

Dentro del plazo de 10 días hábiles, el interesado deberá recibir respuesta de la autoridad fiscal de su trámite. De no ser así, deberá acudir a la Administración Local que corresponda a su domicilio fiscal, a efecto de dar seguimiento a su promoción. El sobre será proporcionado por la autoridad gratuitamente. En el Distrito Federal se encuentran ubicadas las siguientes Administraciones Locales:

- a) Administración Local del Norte del Distrito Federal con domicilio en Bahía de Santa Barbara número 23, colonia Verónica Anzures, C.P. 11300, Delegación Miguel Hidalgo, D.F.
- b) Administración Local del Sur del Distrito Federal con domicilio en Av. San Lorenzo número 252, colonia Bosque Residencial del Sur, C.P. 16010, Delegación Xochimilco, D.F.
- c) Administración Local del Centro del Distrito Federal con domicilio en Av. Insurgentes Sur 14, colonia Juárez, C.P. 06600, Delegación Cuauhtémoc, D.F.
- d) Administración Local Oriente del Distrito Federal con domicilio en Avena número 630, 1º piso, colonia Granjas México, C.P. 08400, Delegación Iztacalco, D.F.

A continuación se proporcionan los domicilios de algunos módulos receptores de trámites del Servicio Postal Mexicano (Buzón Fiscal).²²

- * Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México, Paseo de la Reforma #42, colonia Juárez, C.P. 06048.
- * Delegación Álvaro Obregón; Clave 017. - Dr. Gálvez #16, colonia San Ángel, C.P. 01001 (*b).
- * Delegación Azcapotzalco; Clave 015. - Av. Azcapotzalco #753, colonia Barrio los Reyes, C.P. 02011 (*a).
- * Delegación Benito Juárez; Clave 200. - Av. Revolución #570, colonia San Pedro de los Pinos, C.P. 03801 (*c).
- * Delegación Coyoacán; Clave 016. - Higuera #23, colonia Barrio de la Concepción, C.P. 04020 (*b)
- * Delegación Cuajimalpa; Clave 325. - Av. 16 de Septiembre esquina Veracruz, colonia El Contadero, C.P. 05501 (*a).
- * Delegación Cuauhtémoc; Clave 05. - Eje Central Lázaro Cárdenas esquina Tacuba, colonia Centro, C.P. 06002 (*c).
- * Delegación Gustavo A. Madero; Clave 014. - Moctezuma #105, colonia Aragón, C.P. 07001 (*d).
- * Delegación Iztacalco; Clave 020. - Cafetal #430, colonia Granjas México, C.P. 08401 (*d).

²²El asterisco (*) corresponde a la circunscripción territorial de la Administración Local: a) Norte; b) Sur; c) Centro; d) Oriente.

- * Delegación Iztapalapa; Clave 022. - Calzada Ermita Iztapalapa #3, colonia Flores Magón, C.P. 09821 (*d).
- * Delegación Magdalena Contreras; Clave 326. - Centro Social de Barrio 1º de Mayo, Nogales sin número, colonia Totolapan (*b).
- * Delegación Miguel Hidalgo; Clave 010. - Mar Mediterráneo #54, colonia Tacuba, C.P. 00581 (*a).
- * Delegación Tláhuac; Clave 327. - Av. Cuitláhuac y Nicolás Bravo, colonia La Asunción, C.P. 13001 (*d).
- * Delegación Tlalpan; Clave 182. - Vereda esquina Calzada Acoxpan, colonia Villa Coapa, C.P. 14390 (*b)
- * Delegación Venustiano Carranza; Clave 01. - Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, Sala A, C.P. 15621 (*d).

(Ver artículos 23 del Código Fiscal de la Federación, 14,15 y 16 del Reglamento del Código Fiscal de la Federación).

7.4. - PADRON DELEGACIONAL.

Es un registro que llevan las Delegaciones del D.D.F. para conocer los establecimientos mercantiles que se encuentran ubicados dentro de su circunscripción territorial.

Una vez que ya se obtuvo la Constancia de Zonificación o Licencia de Uso de Suelo, debe presentarse a la Delegación que corresponda al domicilio del negocio, dicho documento con el original y copia del Registro Federal de Contribuyentes para que la autoridad haga constar que quedan inscritos en el padrón citado. En algunas Delegaciones se realiza este trámite conjuntamente con la Declaración de Apertura. Este trámite es por tiempo indefinido y no genera pago de derechos.

(Ver artículo 4º fracción III del Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles y Celebración de Espectáculos Públicos en el Distrito Federal).

7.5. - AVISO DE MANIFESTACION ESTADISTICA.

El formato de aviso se presentará por cuadruplicado ante el Instituto Nacional de Geografía e Informática (INEGI), ubicado en Patriotismo número 711, colonia San José Mixcoac de la ciudad de México.

Dicha manifestación se efectuará al iniciar operaciones y posteriormente dentro del mes de enero de cada año. La información que se proporciona es con fines estadísticos y está relacionada con la actividad propia del negocio, sin que tenga efectos fiscales.

(Ver artículo 8º de la Ley de Información Estadística y Geográfica).

7.6. - ALTA ANTE LA CAMARA DE COMERCIO.

De conformidad con lo que se establece en la Ley de las Cámaras de Comercio y de la Industria, aquellos comerciantes cuyo capital se exceda la cantidad de \$ 2,500.00, deberán inscribirse ante la Cámara de Comercio que les corresponda, presentando su solicitud de inscripción del Registro Federal de Contribuyentes debidamente autorizada dentro del mes siguiente a la fecha de la iniciación de sus actividades y, posteriormente, dentro del mes de enero de cada año. Las personas morales deberán presentar además el acta constitutiva de la sociedad.

(Ver artículo 5º de la Ley de Cámaras de Comercio y de las de Industria).

A este respecto, existe tesis de jurisprudencia relativa a la afiliación obligatoria consignada en el artículo 5º de la Ley de Cámaras de Comercio y de la Industria, donde se manifiesta:

La libertad de asociación consagrada por el artículo 9º constitucional es el derecho de que gozan os particulares, tanto personas físicas como persona jurídico colectivas, para crear un nuevo ente económico que tendrá personalidad propia y distinta de la de sus asociados. Tal derecho es violado por el artículo 5º antes mencionado.

Ahora, con la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, publicada en el Diario Oficial de la Federación del 20 de diciembre de 1996, en su artículo 17º, dice:

“La obligación a las Cámaras será un acto voluntario de la empresas...”

“... Los afiliados tendrán los siguientes derechos y obligaciones ante su Cámara...”

Esto quiere decir que no hay obligación de registrarse en alguna Cámara, salvo que el responsable o socio, vea algún beneficio y que sienta por ese motivo el deseo de registrarse. También quiere decir que si se registra, tendrá que cumplir con las obligaciones de la Ley de Cámaras a la que pertenezca.

7.7. - LICENCIA SANITARIA.

Es el documento expedido por la Secretaría de Salud, por medio de la cual autoriza que un establecimiento opere y funcione por haber cumplido con los requisitos sanitarios que exige la Ley y Reglamento de la materia.

Los negocios que se encuentran obligados, tramitarán esta autorización ante la Dirección General de Salud Pública, Dirección de Regulación Sanitaria de la Secretaría de Salud, ubicado en José Antonio Torres número 661 P.B., colonia Asturias de esta ciudad.

Debe realizarse dentro de los treinta días siguientes a la fecha en que se dio de alta el negocio presentando en original y copia acompañada de los siguientes documentos:

- * Fotocopia del Alta ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
- * Carta compromiso firmada por el propietario del establecimiento o representante legal, por medio de la cual se responsabiliza y hace constar que cumple con todos los requisitos sanitarios exigidos.
- * Fotocopia de identificación que cuente con fotografía y firma del propietario del negocio o representante legal.
- * Las personas morales deberán acompañar fotocopia del acta constitutiva.
- * Cuando el trámite se realice por un tercero deberá exhibir carta poder debidamente requisitada e identificación que cuente con fotografía y firma.

La vigencia de esta licencia por lo general es de dos años y deberá revalidarse 30 días antes de su vencimiento. A continuación se proporciona una lista de los giros que requieren licencia sanitaria:

- * Agencias funerarias con servicio de embalsamamiento, anfiteatro anatómico en escuelas de ciencias para la salud.
- * Ambulancias para el traslado de cadáveres.
- * Ambulancias para enfermos infecciosos y no infecciosos.
- * Análisis clínicos, laboratorio de.
- * Botica.

- * Citología exfoliativa, laboratorio de.
- * Clínicas materno - infantiles.
- * Consultorio dentales, de medicina general, especializada y rehabilitación.
- * Consultorios veterinarios.
- * Diagnóstico y adaptación de aparatos auditivos, clínica de.
- * Farmacia alopática, homeopática y veterinaria.
- * Fertilizantes y abonos naturales, expendio de.
- * Gases medicinales, distribución de.
- * Histopatología, laboratorio de.
- * Homeopáticos, almacén de depósito y distribución de productos.
- * Hospitales generales hasta 25 camas, con excepción de los establecimientos públicos.
- * Maternidades que contengan camas con excepción de los establecimientos públicos.
- * Pedicuro, servicio de.
- * Pinturas, esmaltes, solventes, tintas y similares, expendio de.
- * Policlínicas, con excepción de los establecimientos públicos.
- * Rayos X, gabinete de.
- * Rehabilitación, escuela, centro o clínica de.
- * Sanatorios que contengan camas con excepción de los establecimientos públicos.
- * Tlalpalerías.
- * Ultrasonido, gabinete de.

(Ver artículo 368 y 373 de la Ley General de Salud y Acuerdos publicados el 23 de septiembre de 1991 y 11 de enero de 1993 en el Diario Oficial de la Federación).

7.8. - AVISO DE APERTURA.

Los establecimientos que no requieren de Licencia Sanitaria deberán gestionar Aviso de Apertura, el cual consiste en la comunicación que debe efectuar el propietario o representante legal del negocio ante la Secretaría de Salud, de que ha iniciado operaciones el establecimiento, con el objeto de que se le registre, quedando sujeto a la vigilancia de la autoridad mencionada debiendo exhibir dentro de los 30 días siguientes a la fecha en que se dio de alta el negocio, la solicitud acompañada de los documentos siguientes:

- * Fotocopia del Alta ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
- * Fotocopia de identificación que cuente con fotografía y firma del propietario del negocio o representante legal.

- * Las personas morales deberán presentar fotocopia del acta constitutiva.
- * Cuando el trámite se realice por un tercero, deberá exhibir carta poder debidamente requisitada e identificación oficial.
- * La vigencia es por tiempo indefinido y no genera pago de derechos.

(Ver artículos 198 y 200 bis de la Ley General de Salud).

7.9. - VISTO BUENO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS.

También conocido como visto bueno de bomberos. Es el documento expedido por la Secretaría General de Protección y Vialidad del Departamento del Distrito Federal, por medio del cual hace constar que el establecimiento cumplió con los requisitos preventivos de incendios que exige el Reglamento de Construcciones para el Distrito Federal.

El trámite se realiza en la Calzada San Antonio Abad número 25, esquina con Chimalpopoca, colonia Obrera, Delegación Cuauhtémoc de esta ciudad, presentando la solicitud y fotocopia del Registro Federal de Contribuyentes; la autoridad practicará una verificación en el negocio para cerciorarse de que cumple con los requisitos exigidos en el reglamento citado.

En caso de que no se cubran los requisitos, el verificador levantará un ordenamiento del cual dejará copia al interesado para que dé cumplimiento y lo haga del conocimiento de la autoridad para que mediante previa verificación, se otorgue el visto bueno correspondiente.

La vigencia de este documento es anual, por lo tanto, deberá renovarse sugiriéndose que sea con 10 días de anticipación al vencimiento.

(Ver artículo 116 del Reglamento de Construcciones para el Distrito Federal).

7.10. - LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO.

Es la autorización expedida por las autoridades del Departamento del Distrito Federal, por medio de la cual se permite realizar la actividad solicitada a giros reglamentados.

De acuerdo con el artículo 13º del Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles y Celebración de Espectáculos Públicos en el

Distrito Federal, deben contar con licencia de funcionamiento los giros que a continuación se mencionan:

- * Venta de bebidas alcohólicas en envase cerrado.
- * Venta de bebidas alcohólicas al copeo.
- * Cabarets, discotecas, peñas, salones de baile y salones de fiesta.
- * Establecimientos de hospedaje.
- * Baños y albercas públicas.
- * Clubes y centros deportivos.
- * Salones de boliche y de billar.
- * Escuelas de deporte.
- * Juegos eléctricos, mecánicos, electromecánicos y de vídeo.

Se tramita ante la Delegación que corresponda al domicilio del negocio, presentando solicitud acompañada de los siguientes documentos:

- * Registro Federal de Contribuyentes.
- * Constancia de Zonificación de Uso del Suelo.
- * Licencia de Uso del Suelo cuando se requiera.
- * Licencia Sanitaria, si se requiere o aviso de apertura si está exento de licencia.
- * Autorización de Uso y Ocupación de Inmuebles.
- * Título de propiedad o contrato de arrendamiento.
- * Pago de derechos que establezca la Ley de Hacienda del Departamento del Distrito Federal.

(Ver artículos 119 y 120 del Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles y Celebración de Espectáculos Públicos en el Distrito Federal).

La licencia deberá revalidarse anualmente, por lo menos un mes antes de su vencimiento, presentando:

- * Solicitud.
- * Dos copias certificadas de la licencia de funcionamiento.
- * Pago de derechos que determine la Ley de Hacienda del Distrito Federal.

Durante el trámite de la revalidación deberá quedar en el establecimiento el comprobante de la solicitud correspondiente.

(Ver artículo 124 del Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles y Celebración de Espectáculos Públicos en el Distrito Federal).

7.11. - DECLARACION DE APERTURA.

Es la manifestación que se debe hacer en forma previa al inicio de actividades ante la Delegación que corresponda al domicilio del negocio que se encuentra bajo su jurisdicción territorial, para que se le registre y autorice la actividad respectiva.

De conformidad con el Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles y Celebración de Espectáculos Públicos en el Distrito Federal, aquellos giros o establecimientos que no requieran licencia de funcionamiento deberán presentar esta declaración presentando solicitud acompañada de los siguientes documentos:

- * Registro Federal de Contribuyentes.
- * Constancia de Uso del Suelo.
- * En su caso, Licencia de Uso del Suelo.
- * Licencia Sanitaria, si el negocio la requiere o bien, el aviso de apertura correspondiente.
- * Título de propiedad o contrato de arrendamiento.

La vigencia de esta declaración es indefinida y no genera pago de derechos.

(Ver artículo 131 del Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles y Celebración de Espectáculos Públicos en el Distrito Federal).

7.12. - LICENCIA DE ANUNCIO.

Es la autorización expedida por la Delegación correspondiente para la fijación, instalación, colocación, ampliación o modificación de anuncios permanentes. La solicitud que se formule deberá contener los siguientes datos:

- * Nombre o razón social y domicilio del solicitante.
- * Fotografía, dibujo, croquis o descripción que muestre su forma, dimensiones, colores, texto y demás elementos del mensaje publicitario.
- * Materiales de que estará constituido.

Así mismo, deberán acompañar los siguientes documentos:

- * Registro Federal de Contribuyentes.
- * Declaración de Apertura o Licencia de Funcionamiento.
- * Constancia de Zonificación de Uso del Suelo para verificar si el uso en cuestión está permitido.
- * Copia del Contrato de Arrendamiento o Boleta Predial.
- * Fotografía a color de 7 x 9 centímetros de la perspectiva completa de la calle y la fachada del edificio en el que se pretenda instalar el anuncio, marcando sobre ella el contorno que muestre sobre ella el aspecto del anuncio ya instalado.
- * Si el inmueble o local en cuestión se encuentra dentro de las Zonas del Patrimonio Cultural (Históricas), presentar licencia del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) la cual se tramita en el Exconvento de Churubusco con domicilio en General Anaya y 2 de agosto, colonia Churubusco de esta ciudad.
- * Si el establecimiento donde desee instalarse el negocio está clasificado en el catálogo de Bellas Artes, presentar la licencia del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), la cual se tramita en el Mezzanine del Palacio de Bellas Artes, ubicado en el Eje Central Lázaro Cárdenas y Av. Hidalgo, en el centro de esta ciudad, presentando solicitud y dos fotografías (su autorización está sujeta a visita).
- * Tratándose de personas morales anexar el documento mediante el cual se acredite su constitución y personalidad de quien la presente.
- * Cuando la fijación o colocación requiera del uso de estructuras e instalaciones debe acompañar:
 - ⊗ El proyecto de la estructura en instalaciones.
 - ⊗ La memoria correspondiente que contenga los cálculos de estabilidad, seguridad del anuncio y de los elementos que la integran.
 - ⊗ Responsiva del Directo Responsable de Obra o del corresponsable en instalaciones o en seguridad estructural (perito) a quien habrá que cubrirle los honorarios correspondientes, el cual debe suscribir tanto el proyecto como la memoria, exhibiendo una copia de su registro para aquellos negocios cuyo anuncio exceda de dos metros cuadrados.

La licencia tiene una vigencia de tres años y deberá revalidarse un mes antes de su vencimiento, presentando: solicitud, fotocopia de la licencia anterior y dos fotografías.

(Ver artículos 9,32,51 y 53 del Reglamento de Anuncios para el Distrito Federal).

7.13. - VISTO BUENO DE SEGURIDAD Y OPERACION.

Es el documento expedido por la Delegación que corresponda al domicilio del negocio, por medio del cual hace constar que el establecimiento comercial reúne las condiciones necesarias de seguridad para su operación y funcionamiento.

De conformidad con los artículos 64 y 65 del Reglamento de Construcciones para el Distrito Federal, debe cumplir con este trámite las personas físicas o morales que tengan edificaciones o instalaciones como las que a continuación se mencionan:

- * Escuelas públicas o privadas y cualesquiera otras instalaciones destinadas a la enseñanza.
- * Centros de reunión, tales como cines, teatros, salas de conciertos, salas de conferencias, auditorios, cabarets, restaurantes, salones de fiestas o similares, museos, estadios, arenas, hipódromos, plazas de toros, hoteles, tiendas de autoservicio o cualquier otro con usos semejantes.
- * Instalaciones deportivas o recreativas que sean objeto de explotación mercantil, tales como canchas de tenis, frontenis, squash, karate, gimnasia rítmica, boliches, albercas, locales para billares o juegos de salón.
- * Ferias con aparatos mecánicos, cines, carpas, en estos casos, la renovación se hará además cada vez que cambie su ubicación.
- * Transportes electromecánicos.

Se gestiona ante la Delegación que corresponda al domicilio del negocio presentando solicitud firmada por un Director Responsable de Obra (perito) a quien habrá que cubrirle sus honorarios correspondientes.

En las Delegaciones del Departamento del Distrito Federal tienen un listado de Directores Responsables de Obra autorizados. La vigencia de este documento es anual y no genera pago de derechos.

(Ver artículos 64,65,239 y 240 del Reglamento de Construcciones para el Distrito Federal).

7.14. - TRASPASO.

Cuando se adquiera un establecimiento mercantil por traspaso, el adquirente o nuevo propietario, deberá solicitar a la Delegación que corresponda al

domicilio del negocio dentro de los diez días hábiles siguientes a la fecha en que se haya efectuado la cesión de derechos, expida a su nombre la licencia o declaración de apertura o inscripción en el padrón delegacional, presentando para tal efecto:

- * Solicitud.
- * Licencia respectiva o Declaración de Apertura o inscripción el Padrón Delegacional para aquellos establecimientos que hayan iniciado operaciones con antelación al 6 de octubre de 1989.
- * Documento traslativo de dominio.

(Ver artículo 133 del Reglamento para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles y Celebración de Espectáculos Públicos en el Distrito Federal).

7.15. - PROGRAMA DE PROTECCION CIVIL.

Los administradores, gerentes, poseedores, arrendatarios o propietarios de inmuebles que por su propia naturaleza o por el uso a que sean destinados, reciban una afluencia masiva y permanente de personas, están obligados a preparar un programa específico de protección civil, conforme a las disposiciones de Programa General, contando para ello con la asesoría técnica del Departamento del Distrito Federal a través de la Delegación que corresponda al domicilio del negocio.

Motivo por el cual se sugiere a quienes se ubiquen en los supuestos mencionados acudan a su Delegación a recibir la información necesaria para cumplir con este requisito, o bien presentar por escrito una solicitud para que se les proporcione la asesoría técnica correspondiente y se les otorgue el documento en el cual conste que han cumplido con dicho programa para su establecimiento.

En términos del artículo 40 del Reglamento de Protección Civil, en todas las edificaciones, excepto casas habitación unifamiliares, se deberá colocar en lugares visibles la señalización adecuada e instructivos para casos de emergencia, en los que se consignarán las reglas que deberán observarse antes, durante y después de un siniestro o desastre, asimismo, deberán señalarse las zonas de seguridad. La vigencia del programa que se establezca es por tiempo indefinido.

(Ver artículos 6 y 40 del Reglamento de Protección Civil).

7.16. - TRABAJADORES O EMPLEADOS.

Si en el negocio que se va a establecer se requiere tener empleados, deberá formularseles contrato individual de trabajo.

Contrato individual de trabajo es aquél en que las partes (trabajadores y patrón) manifiestan su voluntad, el primero de prestar sus servicios y el segundo de proporcionarle una remuneración, y establecen las condiciones bajo las cuales se desarrollará el trabajo contratado.

El contrato debe elaborarse por escrito y contener cuando menos los siguientes requisitos:

- * Nombre, nacionalidad, estado civil, domicilio del trabajador y del patrón.
- * Establecer si la relación de trabajo es para obra o tiempo determinado, tiempo indefinido, para agentes comisionistas que en el ámbito comercial es bastante utilizado.
- * El servicio o servicios que deban prestarse, lo cual debe precisarse.
- * El lugar o lugares donde debe desarrollarse el trabajo.
- * La duración de la jornada laboral.
- * Horarios para consumir alimentos.
- * La forma y el monto del salario.
- * El día y el lugar de pago del salario.
- * Establecer que se capacitará al trabajador en los términos de los planes y programas establecidos, o en su caso que se establezcan en el negocio, conforme a lo dispuesto en la Ley Federal del Trabajo.
- * Deben establecerse otras condiciones de trabajo como son: los días de descanso obligatorio por ley, vacaciones, aguinaldo y todas aquellas que convengan el patrón y el trabajador.

Si el trabajador no se encuentra inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes, el patrón tiene la obligación de efectuar la inscripción correspondiente a más tardar el mes siguiente, computando el plazo a partir del día que el trabajador haya iniciado sus labores; para lo cual, debe presentar por conducto del buzón fiscal que corresponda a la Administración Local del domicilio fiscal del contribuyente la forma HRFC1 formulario de uso múltiple en original y copia debidamente requisitado, motivo por el cual el trabajador debe proporcionar al patrón el original o copia certificada de su acta de nacimiento.

Una vez tramitada la solicitud a través del buzón fiscal, en un plazo no mayor de siete días hábiles se deberá recibir en el domicilio fiscal del patrón, la cédula de inscripción al Registro Federal de Contribuyentes del trabajador.

El patrón tiene la obligación de obtener su Registro Patronal ante el Instituto Mexicano del Seguro Social e Instituto del Fondo Nacional para la Vivienda de los Trabajadores y efectuar la inscripción de sus trabajadores. Por otro lado deberá efectuar el pago del 2% del salario del trabajador por concepto de Fondo de Retiro. Debe presentar aviso a la Administración Tributaria Local de la Tesorería del Departamento del Distrito Federal que corresponda al domicilio del negocio que será sujeto del Impuesto Sobre Nóminas.

7.17. - REQUISITOS QUE DEBEN CUMPLIRSE EN LAS VISITAS DE INSPECCION.

Las autoridades tienen facultad para ordenar que se practiquen visitas de inspección con el objeto de corroborar que se cumpla con las disposiciones legales vigentes, aplicables a las actividades mercantiles, debiendo para ello cumplir con los siguientes requisitos:

PRIMERO.- Presentación del oficio de comisión. El o los inspectores tienen la obligación de mostrar y exhibir al visitado el oficio de comisión respectivo, a efecto de que el comerciante pueda verificar que la orden de visita cumple con los requisitos siguientes:

- * Autoridad que ordena la visita.
- * Nombre de la persona o empresa destinada, así como su domicilio.
- * Nombre del inspector (es) facultado (s) para llevar a cabo la visita.
- * Objeto, alcance y fundamento legal de la visita.
- * Fecha de la orden de la visita y término para realizarla.
- * Firma autógrafa de la autoridad emisora. El inspector deberá proporcionar una copia del oficio al visitado.

SEGUNDO.- Identificación del inspector. Al momento de iniciarse la visita de inspección, el o los inspectores deberán identificarse mediante la exhibición de credencial vigente y con fotografía para que el visitado verifique que se trata de la persona cuyo orden aparece en la orden u oficio respectivo.

TERCERO.- Designación y presencia de testigos. Es obligación del inspector pedir al visitado que designe dos testigos de asistencia, para que verifiquen que la misma se desarrolle normalmente. En caso de que el comerciante no los nombre, el inspector tiene la facultad de designarlos.

CUARTO.- Cómo conducirse durante la visita de inspección. Es obligación de todo comerciante así como de sus empleados y dependientes, permitir el acceso al personal comisionado para practicar las visitas, así como proporcionar los datos e informes que le sean requeridos, siempre y cuando se relacionen con el objeto de la visita.

QUINTO.- Levantamiento y contenido del acta de visita de inspección. De toda visita se deriva un acta circunstanciada en la que se hará constar el nombre y domicilio del visitado, hora de inicio y terminación de la visita, número y fecha del acta, detalles o hechos que fueron constatados por el inspector, así como los medios de los que se valió para hacerlos constar y lo que manifiesta el visitado en su defensa en relación con los hechos suscitados.

Los hechos serán valorados en su oportunidad por el área calificadora de la autoridad correspondiente. Esto significa que el inspector se limitará a levantar el acta sin que le corresponda sancionar las conductas supuestamente irregulares. Al concluir la visita, los que intervinieron: inspector, visitado y testigos, procederán a firmar el acta. Cabe mencionar que este documento tiene el mismo valor ya sea que se encuentre firmado o no por el visitado.

NOTA: En caso de que el visitado no esté de acuerdo con lo asentado en el acta levantada por la autoridad, dispone de un término perentorio para presentar su inconformidad de acuerdo al Reglamento o Ley fundamento y objeto de la visita, por ejemplo las actas que levanta la Delegación que corresponda al domicilio del negocio para cerciorarse si cumple con el Reglamento para el Funcionamiento de Establecimiento Mercantiles y Celebración de Espectáculos Públicos en el Distrito Federal, cuenta con cinco días; visitas de la Procuraduría Federal del Consumidor, con fundamento en la Ley Federal de Protección al Consumidor cuenta con diez días.

Es importante mencionar que pueden existir reformas o actualizaciones a estos trámites, por lo que es recomendable revisar periódicamente la publicaciones que a este respecto elaboren la autoridades competentes.

CAPITULO VIII

CASO PRACTICO:
FORMACION DE UNA
COMERCIALIZADORA DE
PAPELERIA.

LA IDEA

El primer cuestionamiento que resalta a la vista al momento de iniciar el caso práctico es la pregunta de *¿Por qué un negocio de papelería?*

Esta idea surge de una de la personas interesadas en crear este negocio al percatarse del sistema establecido para la adquisición de papelería que existe actualmente en su centro de trabajo (oficina gubernamental), donde observa que las empresas que surten papelería a dicha oficina perciben atractivos dividendos en cada servicio.

Esto debido principalmente a que los recursos para las compras de este rubro provienen de un presupuesto federal (el cual es importante), y que para realizar estas compras (sobre todo las directas, como se explicará más adelante) solamente se necesita el convenio entre un proveedor y la persona encargada de realizarlas.

Por tanto, los precios de los productos no se evalúan en función de la mejor oferta, por lo cual el proveedor puede fijar un precio que le permita obtener una utilidad importante, aspecto que no sucede en las empresas privadas, las cuales toman como principal prioridad el costo de los artículos adquiridos.

Sin embargo, el encontrar una oportunidad que aparentemente es atractiva para obtener un beneficio, no implica necesariamente que se pueda tener éxito si se desea emprender un negocio donde se pueda aprovechar esta oportunidad detectada.

Para iniciar cualquier negocio no sólo basta con tener la idea del mismo, es importante tomar en cuenta aspectos como el mercado, el financiamiento, la forma jurídica y contable, que necesariamente repercutirán en todo el ciclo de vida de la empresa.

Surgen diferentes preguntas como *¿Donde ofrecer los servicios, a quién y de qué forma?, ¿Cómo se financiará la empresa?, ¿Qué forma contable y fiscal poseerá la empresa?, ¿Con qué recursos contará la organización?, etc.*

Cuestiones como estas se intentarán explicar en los siguientes apartados, para explicar que estrategia puede tomar una empresa cuyo objetivo primordial es la distribución de papelería.

SEGMENTACION DEL MERCADO

En el ramo de la distribución de papelería se distinguen los siguientes grandes segmentos: oficinas gubernamentales, empresas privadas, comercios (papelerías de menudeo) y público en general.

SELECCION DEL MERCADO

Una vez hecha la segmentación del mercado, se selecciona en primer lugar el segmento de las empresas privadas por las siguientes razones: en México y principalmente en el Distrito Federal, ha ocurrido en los últimos años un surgimiento considerable de empresas privadas (principalmente micros), de estas, todas, sin lugar a dudas, emplean papelería en su funcionar cotidiano.

Pero, no todas poseen la liquidez necesaria para poder abastecerse de dichos productos por medio de compras al contado, es más, se encuentran ante la necesidad de pactar créditos por compras de papelería ante los distribuidores de la misma.

Para las grandes compañías papeleras (Abastecedora LUMEN, Office Depot de México, Office Club, Papelera DABO, LOZANO Hnos. , Compañía Papelera, etc.), las micro empresas no representan un gran atractivo, debido principalmente a que su volumen de compra es muy bajo (como para otorgarles crédito), el riesgo en el incumplimiento de pagos es considerable, para lo cual sólo venden mediante pago de contado (algunas incluso exigen que el pago sea en efectivo).

Para solicitar un crédito, exigen que el solicitante cumpla con ciertos requisitos como pueden ser referencias bancarias, estados financieros, referencias comerciales, etc.

Para las empresas privadas, resulta muy atractivo encontrar a otras compañías que les ofrezcan un servicio de calidad, rápido, eficaz y eficiente, y que aunado a esto, les dé la confianza de poder ser sujetas de crédito, como una forma de financiar sus actividades.

En segundo lugar, se intentará incursionar en el sector gubernamental. Este sector tiene dos características importantes, por un lado del total del

presupuesto de la diferentes oficinas y departamentos en el rubro de papelería.

Una parte del mismo (alrededor del 80%) se destina para la compra consolidada de la misma (mediante licitación pública), y el resto se maneja mediante compras directas.

Es indudable que para participar en una licitación pública, es necesario contar con una considerable solvencia económica, la cual no se tiene, ésta opción se puede manejar como una estrategia a largo plazo; sin embargo, sí se puede participar mediante compras directas, las cuales manejan un importe de compra el cual no debe rebasar una cantidad aproximada de \$70,000 más IVA por factura.

La ventaja es que se puede manejar un precio conveniente para el proveedor sin tener que licitar con el presupuesto gubernamental, así mismo, se liquidan las facturas mediante un fondo revolvente, esto ocasiona que se recupere el importe de la venta con buenos dividendos.

En tercer lugar, se encuentran la papelerías de menudeo, las cuales no tienen acceso a crédito por parte de las grandes compañías debido a su escaso volumen de compra, aquí se competirá con los agentes de ventas de las compañías, haciendo énfasis en el servicio rápido y eficiente que se puede proporcionar en contraparte con los servicios de los agentes de distribución (los cuales tienen fechas específicas para hacer visitas a los establecimientos).

Por lo cual aparece una buena oportunidad de abastecer a las mismas una vez evaluados sus precios de compra para analizar si se pueden mantener y ofreciendo, claro esta, una línea de crédito

Cabe mencionar que los recursos con los que se cuenta como se informa en la parte relativa a financiamiento, resulta difícil establecer un local comercial en un futuro cercano, pero no se descarta como una buena opción de desarrollo a mediano o largo plazo.

PENETRACION DEL MERCADO

La principal característica a destacar es el crédito, el cual se puede manejar con un periodo de pago de 30 días (se espera obtener una ganancia aproximada en cada venta del 30%), aunado a esto se ofrece un servicio

personalizado y eficiente. Estas características tendrán ciertas variantes dependiendo del segmento de mercado que se pretenda incursionar.

Para disminuir en alguna forma el riesgo de tardanza en los pagos, se anexa en las facturas una leyenda como la siguiente: "Por este pagaré me (nos) obligo (amos) a pagar a la vista en México, D.F. a _____ (*nombre de la compañía ó persona física*), la cantidad de _____ (*importe total de la factura*) valor de la mercancía que ampara esta factura. Recibida de conformidad y, en caso de mora, se causará un interés a razón del _____ % mensual, sin que por ello se entienda concedida espera o prórroga de ninguna especie".

Es importante mencionar que esta leyenda no garantiza el pago de lo adeudado, sin embargo, permite obtener un beneficio adicional mediante el cobro de intereses, que ofrecerá una forma de absorber y/o afrontar impactos como disminución en el valor del dinero en el tiempo, el costo de financiamiento, costo de oportunidad, etc.

En un principio, se proporcionará el servicio a clientes que previamente se conocen o se tiene alguna relación con algún miembro de la empresa (amistad, parentesco, relación laboral, etc.), así mismo, se adquirirán más clientes por medio de recomendaciones de clientes previamente conocidos, lo cual se hará ofreciendo (en su caso), alguna comisión a la persona que recomiende el servicio con algún tercero.

De esta forma, se minimiza el riesgo de incapacidad de pago y la imposibilidad de cobro cuando es un cliente prácticamente desconocido.

Sin duda, en la actualidad, el aspecto más importante para lograr una buena penetración de mercado, es el diseño de una estrategia adecuada que permita que la empresa sea seleccionada dentro de un gran número de compañías que se dedican a la distribución de papelería.

Para esto, se ha pensado en ofrecer un servicio diversificado del ramo papelerero, el cuál contempla aspectos como trabajos de imprenta (hojas membreteadas, tarjetas de presentación, artículos promocionales, propaganda y publicidad escrita, etc.), también se ofrecerán servicios como accesorios de oficina (artículos de cómputo, mobiliario y equipo, artículos de limpieza, etc.); todo esto proporcionado por el mismo proveedor garantizando calidad rapidez y eficiencia, y claro está, con la misma línea de crédito.

Se garantizará la entrega de productos el mismo día, si el pedido se elabora en la mañana; si se elabora en la tarde, el pedido se surtirá al día siguiente, salvo en los casos en los que los artículos requieren más del tiempo estimado para adquirirlos, lo cual se especificará en el momento de aceptar el pedido.

Es importante mencionar que ninguna compañía en la actualidad está surtiendo cualquier pedido antes de 24 horas, por lo cual se considera atractiva esta característica de servicio.

LOS RECURSOS DE LA EMPRESA

Los recursos materiales.

Para este caso en particular, la empresa tendrá como domicilio fiscal, el domicilio particular de uno de los integrantes de la misma, su domicilio comercial será distinto, esto por la siguiente razón: Para iniciar las ventas al gobierno, donde labora actualmente uno de los socios, es importante que la empresa o persona física que vaya a facturar la venta, no tenga ninguna relación directa (en este caso los apellidos), con alguna empleado de la dependencia (Secretaría de Salud); esto para evitar algún "favoritismo" o algunos tipos de malos manejos de la documentación relevante.

Así mismo, se planea vender papelería a otras dependencias en donde se posea algún tipo de relación de carácter personal, por lo que es importante que el proveedor sea de origen "desconocido".

Se adquirirá un vehículo de transporte para facilitar el traslado de los productos tanto al momento de la compra como en la venta, este vehículo deberá ser de costo económico pero que cumpla con las necesidades de transportación de los diversos productos a ofrecer.

En lo referente al inmueble, por el momento se acondicionará la casa habitación donde actualmente habitan la mayoría de las personas interesadas en emprender el negocio.

Tomando en cuenta que las primeras ventas de la empresa se realizarán a través de contacto telefónico, existe la necesidad de adquirir una maquina de fax para recibir los pedidos y enviar las cotizaciones de forma escrita.

Sin embargo, no se ha descuidado la posibilidad de establecerse de manera formal, pero esto está sujeto al momento en que los integrantes establezcan su domicilio permanente, ya que por el momento el inmueble antes mencionado es arrendado.

Los recursos humanos.

Se contará en un inicio con la colaboración de cuatro personas: una persona encargada de contactar las ventas en el sector gobierno (debido a que actualmente labora en el mismo).

Otra persona encargada de labores secretariales, la cual tendrá la función de atender las llamadas telefónicas, solicitar las cotizaciones con proveedores, realizar las cotizaciones para clientes y elaborar las facturas correspondientes. Por último, dos personas más encargadas de realizar las compras y llevar los productos a los clientes, así como apoyar las diversas funciones secretariales.

La política de pagos a los empleados se verá más adelante en las cuestiones de tipo financiero, cabe mencionar previamente que el compromiso de emprender el negocio por parte de las personas arriba mencionadas afectará fuertemente en los ingresos de los mismos, sobre todo en el corto plazo. Sin embargo, es importante proporcionar un ingreso suficiente para mantener el interés de los mismos en la empresa.

EL FINANCIAMIENTO

Es importante comparar cada forma de financiamiento con las características particulares de la empresa de nueva creación o los integrantes de la misma, por lo cual se hará un análisis de cada una de las distintas fuentes de financiamiento que existen actualmente en México para establecer las posibilidades de acceder a alguna de ellas.

Mercado de Valores.

Retomando lo mencionado en la parte teórica relativa al financiamiento, se observa que las empresas que pueden ser acreedoras de algún financiamiento, son aquellas que ya tienen cierto tiempo de creación, todas las empresas que solicitan financiamiento a través de la emisión de diversas obligaciones, son sociedades morales, esto para garantizar la posibilidad de pago mediante los activos fijos de las mismas.

Las personas físicas sólo pueden participar en el mercado de valores como inversionistas, es decir, ofreciendo sus excedentes de recursos a las personas morales y obteniendo de este proceso cierto rendimiento atractivo para los inversionistas.

Otro punto importante es que, el financiamiento por medio del mercado de valores, es con la finalidad de obtener fuertes cantidades de recursos con el objetivo de fomentar el crecimiento de la organización; las micro empresas solicitan un financiamiento moderado para iniciar sus actividades.

La Banca.

En lo que respecta al sistema bancario mexicano, también se presentan problemas relativos a la posibilidad de ser sujeto de crédito; actualmente las instituciones sólo proporcionan recursos para planes de crecimiento, no para planes de creación, esto debido principalmente a los problemas actuales que vive el país en lo referente a la cartera vencida.

No se debe olvidar que el objetivo es la creación de una nueva empresa, por tanto el crédito se destinaría para su iniciación.

Un requisito muy importante que los bancos solicitan es que, exista un respaldo financiero de alguno de los socios solicitantes del crédito, esto para garantizar la solicitud mediante una solvencia económica de tipo personal. En el caso, ninguna de las personas que conforman la organización posee dicho requisito.

Aún más, exigen estados financieros anteriores y proyectados de la empresa, presentándose la situación particular de que ésta empresa inicia actividades y no posee, por consiguiente, estados financieros de ejercicios anteriores; estados financieros proyectados se podrían realizar, pero, la ausencia de los anteriores repercutiría mucho en la evaluación de la solicitud.

Nacional Financiera, S.N.C.

Como se observa en los diferentes productos y servicios que actualmente ofrece Nacional Financiera, todos y cada uno de ellos están enfocados al fomento de la micro, pequeña y mediana empresa industrial y/o manufacturera de todo el país.

Se fomenta el desarrollo de la industria del sector comercio y servicios solamente en los Estados de menor desarrollo relativo (enunciados en el

capítulo de financiamiento a través de Nafin) dentro de los cuales no se ubica el Distrito Federal.

La comercializadora de papelería pertenece al sector comercio y tendrá su ubicación en Distrito Federal por lo que no recibe apoyo por parte de Nacional Financiera.

Arrendamiento.

Si el recurso del arrendamiento se conceptúa como la forma de adquirir el uso o goce temporal de un bien tangible, a cambio de una contraprestación.

Se puede concluir que para el inicio de actividades y funcionamiento de la empresa en el corto plazo, no es indispensable el uso de algún bien en particular, a excepción del vehículo de transporte, pero en este caso, dicho vehículo se adquirirá mediante compra total por parte de uno de los integrantes de la empresa.

Factoraje.

En este caso no se puede hablar de Factoraje porque la organización de inicio no tendrá derechos de créditos que ofrecer a una empresa de Factoraje, para que ésta los haga efectivos ante terceros.

Sin embargo este tipo de financiamiento no se ignorará totalmente porque podrá ser utilizado en el mediano plazo, en el caso de que la empresa adquiera créditos moratorios más adelante.

Afianzadoras.

Las afianzadoras tiene como objetivo el servir de aval a la empresa ante la solicitud de crédito ante un tercero. Este financiamiento podría ser utilizado en el caso de que la empresa optara por arrendar un inmueble.

Retomando lo antes mencionado que la empresa tendrá su lugar de actividades en la casa habitación de la mayoría de los integrantes de la empresa, por tanto, se descarta la posibilidad de usar este tipo de financiamiento.

Además, no se debe olvidar que al contratar una afianzadora se incurren en gastos por parte de la misma; si los costos son una parte muy primordial al momento de crear la empresa, se debe analizar también esta situación antes de optar por la opción de contratar una afianzadora.

Almacenadora.

Si la empresa tiene como función el adquirir los productos una vez que se ha confirmado el pedido, para su inmediata venta, no se maneja la posibilidad de mantener los mismo almacenados por determinado tiempo, para lo cual se podría contratar una Almacenadora.

Además, no se mantiene material almacenado porque este implicaría mantener un inventario que repercutiría en la disminución de liquidez, por tener invertido el recurso financiero de manera improductiva.

Financiamiento Propio.

Se llega así a la única forma de financiamiento que resta, el financiamiento propio (estrechamente vinculado con el tema de las finanzas informales); el cual tendrá un trato particular para el inicio de actividades de la empresa.

Primero, se obtendrán recursos a través de la aportación de los integrantes de la empresa, aunado a esto, se obtendrá un préstamo personal (en este caso de un familiar) para financiar en un principio las actividades. La política de ventas contribuirá a financiar la empresa en el sentido de que se manejará un porcentaje de ganancias considerable (aproximadamente el 30% en el precio de cada artículo) por efectuar la mayoría de las ventas a crédito (30 días).

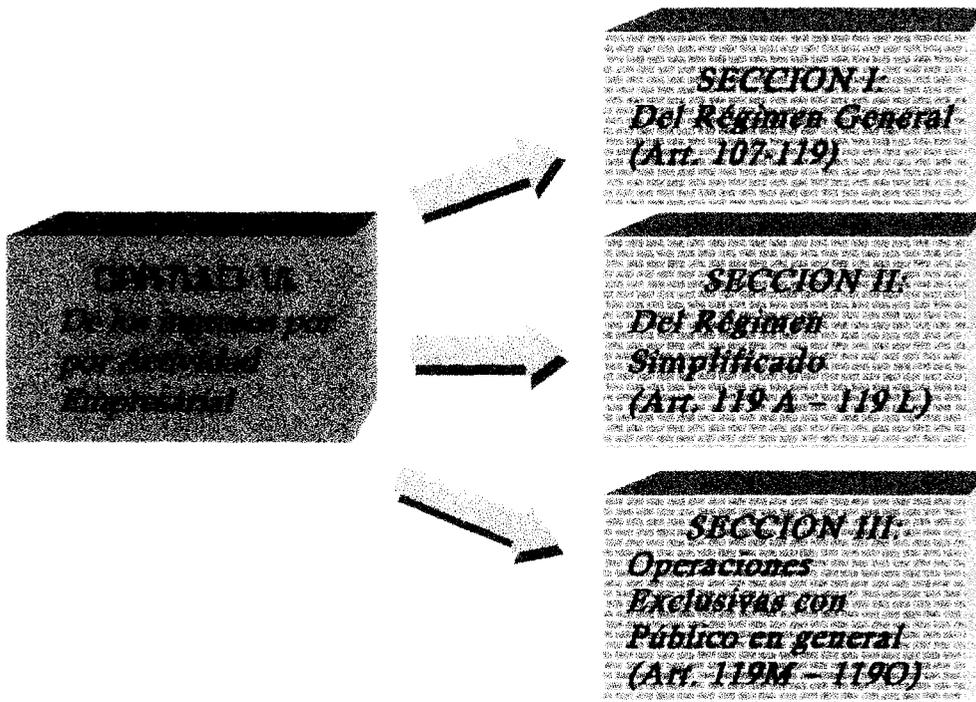
Del importe de las ventas, se destinará en su mayoría a la reinversión de las utilidades, sobre todo en el corto plazo para incrementar las reservas de capital, esto sin descuidar la deuda contraída de forma personal, la cual se amortizará de forma constante pero a largo plazo. En este caso, no se puede hablar de la depreciación y amortización de los activos, los cuales no existen en un inicio, pero se considerarán más adelante; por supuesto, se descarta la venta de activos fijos por lo anteriormente mencionado.

A pesar de que se cuenta con un activo fijo como es el vehículo de transporte, en una primera instancia dicho vehículo pertenecerá a la persona que tiene la capacidad económica para adquirirlo, misma que no es el titular de la empresa por ser trabajador del gobierno. No obstante, una vez que la empresa obtenga la suficiente capacidad económica se hará el contrato de compraventa entre el dueño del vehículo y el titular de la empresa para poder depreciarlo. Si se destina el total de las actividades a la reinversión y el pago del préstamo personal, surge la pregunta *¿Qué sucede con los gastos de personal?*

Para esto es necesario que si alguno de los integrantes obtiene algún ingreso fuera de esta actividad, lo conserve hasta que la empresa sea autofinanciable. Aún así, se destinará un porcentaje de las ganancias para pago de servicios al personal, no se debe olvidar que se está hablando de una empresa familiar por lo que el compromiso de los integrantes debe estar fuertemente relacionado con la prosperidad del negocio. Una vez que la empresa este en condiciones de autofinanciarse, se incrementará el porcentaje del pago de los servicios del personal que intervenga.

EL ASPECTO CONTABLE

El primer punto es considerar que se efectuará el alta ante Hacienda como persona física, esto para evitar gastos innecesarios relativos a la constitución de una persona moral como son: gastos de notario público, relaciones exteriores, libros contables, etc. La Ley del Impuesto Sobre la renta comprende en su estructura el Título IV, donde se encuentran plasmados las diversas actividades que pueden desempeñar las personas físicas. El capítulo VI de dicho título, se contemplan los ingresos por actividades empresariales en la forma siguiente:



Es importante mencionar que de acuerdo a las nuevas reformas se ha excluido a las actividades comerciales de la sección segunda, dejando únicamente las actividades relativas al sector primario y actividades culturales.

Quedan así como opciones la sección primera y tercera, la principal característica a observar es la relativa al pago de impuestos federales, la sección primera este año se modificó a tasa del 35%, pudiendo diferirse en un 5% siempre y cuando exista reinversión de utilidades, mientras que en la sección tercera se aplica una base de 2% aplicable al total de ingresos.

Para pertenecer o tributar sobre la base de la tercera sección se deben tener las siguientes características: un límite máximo de ingresos de \$2'622,441.67 anuales, con expectativas de obtener un margen de utilidad superior al 7%. Aún si se rebasan el porcentaje antes señalado, se pagan menos impuestos que la sección primera.

En lo que respecta al Impuesto al Valor Agregado (IVA), si hubiera necesidad de emitir comprobantes fiscales de venta (facturas) a otros contribuyentes (Art. 29 y 29A del Código Fiscal de la Federación), se pagara los impuestos establecidos en la Ley para el tipo de producto facturados.

No paga Impuestos al Activo por no rebasar lo establecido para este impuesto, que son ingresos superiores a \$10'000.00 en 1998.

Por tanto, la inscripción ante Hacienda contendrá las siguientes obligaciones:

CLAVE	DESCRIPCION
201	<i>Impuesto al valor agregado.</i>
521	<i>Actividad empresarial régimen opcional.</i>



CONCLUSIONES

Una vez analizado cada uno de los puntos importantes en el proceso de creación de una empresa, se puede obtener las siguientes conclusiones:

Es cierto que la gran mayoría de las personas desean algún día poder crear una empresa y ser los “dueños de su propio destino”, y es cierto también que todos poseen gran ímpetu y tenacidad para lograr estos objetivos. Pero no se debe perder piso y considerar que sólo su intención y esfuerzo serán suficientes, se debe tener una actitud real y objetiva para analizar todas las posibilidades y limitaciones que conllevan a una toma de decisión racional y con posibilidades de éxito.

Una excelente idea no garantiza beneficios tanto económicos como sociales, se deben considerar factores primordiales como el financiamiento de la misma y su impacto en el mercado, dicho impacto repercutirá de forma importante en la manera de poder solventar y liquidar dicho financiamiento.

Es indudable que cada parte de la estructura empresarial es importante, pero el punto donde se debe tener especial cuidado, es el relativo al financiamiento, el cual como se analizó en el capítulo respectivo, se observó que para todas aquellas personas que no posean bienes inmuebles que respalden algún tipo de crédito, tienen como único recurso, el financiamiento propio.

A pesar de que el Gobierno actual a “fomentado” de manera formal la creación de nuevas empresas, por medio de programas como “creer en la palabra” los cuales actualmente ya no operan. La realidad demuestra que es muy difícil poder desarrollarse en un medio que de forma real sólo ha fomentado la creación, crecimiento y desarrollo de las empresas o personas que poseen medios económicos importantes, mismos que solventes sus actividades empresariales.

Sin embargo, la práctica ha demostrado que aún en estas condiciones, han surgido micro empresas, que a pesar de que son muy pocas, están alcanzando un importante desarrollo económico y que tienen amplias expectativas de desarrollo. Sin lugar a dudas, la forma en como se han administrado estas micro empresas, ha repercutido en su sobrevivencia y desarrollo en un medio tan hostil como el que se vive actualmente en México.

Es de primordial importancia que al momento de crear un nueva empresa, se establezcan políticas de funcionamiento y dirección en todos los aspectos conforman a la misma, y dejar atrás a ese viejo sistema de solucionar los problemas en el momento en que estos se presenten y sólo con la propia experiencia personal de él o los dueños. Para esto, es necesario contar con los suficientes conocimientos teóricos y prácticos que permitan proporcionar soluciones racionales y objetivas.

Sería ambiguo que de la presente investigación se pudiera obtener como conclusión el iniciar o no una empresa, todo depende de las condiciones particulares y específicas de cada situación.

Existe un sinnúmero de aspectos a parte del económico que tienen fuerte influencia y que de ninguna manera de deben dejar a un lado al momento de tomar una decisión; aspectos sociales, ideológicos, culturales, familiares, tradicionales, etc. que aunque son subjetivos, tienen la característica de regir la conducta del ser humano en cualquiera de sus acciones.

Sin embargo, en la medida que todos los obstáculos sean solventados, existirán grandes posibilidades de éxito y beneficio para los futuros empresarios.

En suma, la decisión es unipersonal o de grupo, dependiendo de las personas interesadas en crear un nuevo negocio, pero el contar con la mayor cantidad de información al momento de tomar ésta, beneficiará en la elección de la mejor alternativa.

El objetivo final de esta investigación, es proporcionar esa misma información que facilite la toma de decisiones al momento visualizar las posibilidades de iniciar o no su propia empresa.



BIBLIOGRAFIA

BUENO Campos E. y otros.

Economía de la empresa, análisis de la decisiones empresariales.

Edit. Pirámide. Madrid. 1989.

CAMARA NACIONAL DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MEXICO.

"Trámites para dar de alta un negocio en la Ciudad de México"

Edit. Limusa Noriega Editores. México. 1997.

INSTITUTO MEXICANO DE EJECUTIVOS DE FINANZAS, A.C.

"Fuentes de Financiamiento". Manual de consulta.

Nacional Financiera, S.N.C. México. 1992.

KOTLER, Phillip.

"Marketing management, analysis, planning, implementation & control"

Edit. Prentice - Hall Hispanoamericana, S.A. México. 1993.

LUDEVID Manuel y Montserrat Ollé.

"Cómo crear su propia empresa"

Edit. Alfaomega, S.A. México. 1993.

MANSELL Carstens, Catherine.

"Las finanzas populares en México"

Edit. Milenio, S.A. de C.V. México 1995.

MAQUEDA Lafuente, Francisco J.

"Creación y dirección de empresas"

Edit. Ariel. Barcelona. 1991.

