



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA *Iztapalapa*

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

ORGANIZACIÓN DE FIESTAS INFANTILES

TESIS QUE PRESENTA EL ALUMNO

GUZMAN BETANZOS RODOLFO

MATRICULA: **97220305**

PARA LA OBTENCION DEL GRADO DE

LICENCIADO EN ADMINISTRACION

ASESOR

GARDUÑO VALERO GUILLERMO JAVIER ROLANDO

JULIO 2001

**Organizacion
de
Fiestas y Eventos
Infantiles**

AGRADECIMIENTOS

A mis padres,

Que me dieron la vida y de esa forma hicieron posible el que yo pudiera vivir esta aventura. Les agradezco las carencias que pudimos tener, ya que de esa manera aprendí a valorar las cosas y a tomarles sabor y disfrutarlas. Asimismo el cariño que siempre me han demostrado. Los quiero y espero que estén conmigo por mucho tiempo.

A mi esposa,

Que fue parte importante para lanzarme a este reto y que sin su apoyo y comprensión no hubiera podido ver iniciado y culminado este esfuerzo. Agradezco el tiempo que debí dedicarte y que tuve que invertir en esto. Gracias por compartir buenos y malos momentos conmigo. Te amo.

A mis hijos,

A los cuales también les he robado tiempo y dedicación. Ojalá algún día lo podamos recuperar. Espero que entiendan el porqué y puedan sentirse orgullosos de este esfuerzo. Ojalá aprendan a valorar las cosas que nos da la vida, a disfrutarlas y a afrontar los retos que la misma implica.

A mis hermanos,

Quienes de alguna forma estaban pendientes del progreso. Espero que sirva de estímulo para su desarrollo personal y profesional. Sé que muy a su manera me quieren y yo también los quiero y me preocupo por ustedes.

Al resto de mi familia,

La cual impulsó en parte este esfuerzo.

Gracias a todos.

AGRADECIMIENTOS

A mis amigos Eloy, Rafa, Vero, (los cuatro fantásticos)

Ya que sin su apoyo el inicio se habría complicado aún más.

Aunque al final los caminos se dividieron saben que siempre estaremos al pendiente el uno del otro. Nuestra competencia fue buena y le dio un impulso extra a nuestro esfuerzo.

Ojalá que de la misma manera podamos apoyarnos dentro de nuestras posibilidades y llevemos a cabo los planes que en algún momento comentamos

A mis amigas Nora y Meli,

Con su particular forma de ver las cosas y su entusiasmo para hacerlas hicieron más pasadero el final de mi carrera, en la cual el trabajo se me acumuló y sin su apoyo no sé qué hubiera pasado. Sepan que las quiero mucho y que espero contar con su apoyo por siempre, y de la misma manera saben que cuentan conmigo para todo.

Meli, no seas tan fría y analítica.

Nora, nunca cambies.

A mis profesores,

Principalmente a aquellos que guiaron mi conocimiento y que tuvieron la paciencia de estarme enseñando.

A algunos los recordaré más que a otros por su forma de ser, pero todos son parte importante de este triunfo.

A todos aquellos que de una u otra forma hayan tenido que ver con este triunfo.

Gracias a todos.

INDICE

INTRODUCCION.	7
LOS EMPRENDEDORES (conceptos básicos generales y notas importantes).	8
¿Qué es un emprendedor?.	8
¿Qué tipos de emprendimientos existen?.	9
¿De donde tomo una idea?.	11
¿Qué debo pensar antes de empezar mi negocio?.	13
¿Dónde consigo un financiamiento?.	14
¿Qué es el plan de negocios?.	15
10 razones por las que fracasan los pequeños negocios.	16
El miedo a iniciar.	18
Hacia una cultura emprendedora.	20
LAS MICROEMPRESAS (comentarios generales).	22
Las perspectivas.	23
NUESTRO NEGOCIO.	25
OBJETIVOS Y METAS DEL NEGOCIO.	26
Misión.	27
Visión.	28
Mercado al que se pretende atender.	30
PLAN DE ACCIÓN.	33
Mecánica de operación del negocio.	34
Manejo de aspectos contables.	37
Integración y reglas de contabilidad.	37
Plazo para conservar la contabilidad.	38
Facultades de revisión, sanción y multas.	38
ISR.	38
IVA.	39
Promoción y publicidad	40

¿Qué es la identidad corporativa?	40
La importancia del nombre en tu negocio.	41
Los niños y la mercadotecnia que se puede aplicar.	41
Experiencias y sugerencias encontradas.	42
 ESPACIOS.	 45
Instalaciones.	46
 RECURSOS.	 47
Equipo necesario adicional.	48
Costo del proyecto de expansión.	50
Tiempos y plazos de ampliación.	51
 ESCENARIOS DE UBICACIÓN DEL NEGOCIO.	 52
 PREVENCIÓNES.	 55
 COMENTARIOS FINALES.	 57
 BIBLIOGRAFIA.	 58

INTRODUCCION

En la actualidad los problemas que se han generado a niveles internacionales en materia de empleo y de desvalorización de las actividades profesionales ha llevado a darle importancia a un tema que, si bien podemos decir que ha estado vigente durante toda la historia de los seres humanos, no es sino hasta hace poco tiempo que ha tomado fuerza principalmente en las universidades, en donde se orienta a los alumnos egresados de diversas carreras, principalmente administrativas, para que consideren la opción de crear un negocio propio, y no tengan como objetivo primordial el contratarse directamente con alguna empresa, ya que los conocimientos que han adquirido en su paso por la universidad les permite tener elementos básicos para desarrollar y hechar a andar un negocio propio. Y es así como cientos de personas en la actualidad desarrollan toda su creatividad y llevan a cabo este tipo de emprendimientos.

Sin embargo, lo principal en este momento es entender los elementos que conforman (según algunos especialistas) a aquellos que de una u otra forma tienen este potencial emprendedor, sus características principales, así como algunos tips que pueden ayudar en la selección, planeación y puesta en marcha de un negocio. Pasemos a comentar estos puntos.

Para ello haremos uso de información recopilada en diversas fuentes como Internet y revistas especializadas en emprendimientos, así como de información tomada de la experiencia diaria, así como de material adquirido en las aulas escolares.

LOS EMPRENDEDORES¹ **(conceptos básicos generales y notas importantes)**

¿Qué son los emprendedores?

Entrepreneur proviene del francés. Uno de los significados es ***"persona que dirige una empresa y pone a trabajar diversos factores de producción con vistas a producir bienes o brindar servicios"***.

Estados Unidos y otros países de habla inglesa adoptaron la palabra con el sentido de: *"Persona que organiza, dirige y asume los riesgos de una empresa"*, y también agrega la noción de *"empresario exitoso"*. La palabra entrepreneur también quiere decir empresario, pero no cualquier empresario. *"Es un emprendedor (de nuevos negocios) imaginativo con un instinto comercial muy desarrollado y dispuesto a correr riesgos calculados"*.

A partir de las diferentes experiencias y conocimiento de muchos de ellos podemos sintetizar o generalizar que los emprendedores tienen características que comparten: personalidad idealista y astuta, preocupada por hacer dinero pero no obsesionados; no les interesa demasiado el poder sino la autonomía, les gusta ponerse a prueba, enfrentar riesgos pero no a lo loco, sino planificados; les gusta demostrar y demostrarse lo que saben, pueden y valen; tienen capacidad de concentración para la resolución y búsqueda de salidas exitosas a problemas, tienen cierto carisma o mística y esperanza respecto a su emprendimiento; no tienen todo absolutamente claro, tienen miedos como todo ser humano, pero a pesar de ello se animan; son capaces de sacrificarse por su obra pero sin perder la cordura, son ansiosos y buscan ofrecer un producto o servicio de calidad superior, distinto, destacado; les gusta dejar su marca en la vida a través de su emprendimiento, están convencidos de que el éxito es 99% transpiración y 1% inspiración; saben que se pueden equivocar pero también saben que el fracaso es no intentarlo de nuevo.

¹ www.dinernet.com.mx

¿Qué tipos de emprendimientos existen?²

En realidad podríamos decir que existen tantos emprendimientos como ideas o personas que los inicien. Cada emprendedor le da su propia marca a su emprendimiento, y esto es lo que lo hace justamente único o diferente de los competidores. De todos modos te mostraremos algunas clasificaciones posibles de emprendimientos:

1. Respecto al origen o inicio de la empresa podríamos hablar de: iniciar tu propio negocio desde cero comprar un negocio ya iniciado y relanzarlo o tomar una franquicia disponible.
2. Desde el punto de vista de la producción tendríamos: fabricar productos ofrecer servicios, distribuir o comercializar algún producto o servicio no propio (compra a mayoristas y reventa).

Para ayudarte a decidir si te interesa iniciar un emprendimiento es bueno que analices bien las ventajas y desventajas que acarrea tu decisión. A continuación te damos algunas pautas.

Ventajas

- Mayor libertad respecto a no depender de un jefe, pero cuidado, tu emprendimiento depende de ti y tú de él.
- Mayor disponibilidad de horarios (esto con igual aclaración que el primer punto).
- Autodefinition de objetivos y logros.
- A veces, más tiempo para estar con la familia o tiempos propios.
- Entusiasmo por el logro del propio proyecto.
- Mayor creatividad al servicio del emprendimiento.
- Incremento permanente de las capacidades para mantener vivo el negocio (negociación, planificación, ejecución, control, flexibilidad, etc.)

Desventajas

- Tendencia a la dispersión pues uno es su propio jefe.
- Pérdidas de tiempo.
- Riesgo de falta de profesionalismo si es que no se ha estudiado bien la situación.

² www.dinero.net.com.mx

- Involucramiento de la familia primaria y luego la amplia en el negocio, si este logra cierto éxito.

Las ventajas y las desventajas para cada tipo de emprendimiento son:

1.- Iniciar desde cero

Ventajas: Creatividad, iniciativa, originalidad. No hay otro en el mercado. Posicionamiento.

Desventajas: El producto / servicio podría ser rechazado, no funcionar, ser caro de fabricar, vender, etc.

2.- Comprar un negocio y relanzarlo

Ventajas: El negocio ya está armado, en marcha, funcionando.

Desventajas: No poder o no saber reposicionarlo en las mentes de los clientes.

3.- Tomar una franquicia

Ventajas: La idea del negocio y la puesta en marcha ya están funcionando.

Desventajas: Equivocar a la franquicia por no ser la adecuada a uno o viceversa, o no cumplir con las pautas exigidas, etc.

4.- Comprar un negocio y relanzarlo

Ventajas: El negocio ya está armado, en marcha, funcionando.

Desventajas: No poder o no saber reposicionarlo en las mentes de los clientes.

5.- Fabricar productos

Ventajas: Es muy similar a iniciar desde cero si es el caso, sino, debería tener algún componente diferencial que lo haga atractivo al mercado.

Desventajas: Justamente lo anterior, que no sea lo suficientemente original (una copia), que la fabricación no sea bajo estándares adecuados de calidad, cantidad, costos, etc.

6.- Ofrecer servicios

Ventajas: La inversión suele ser la más baja de todos los emprendimientos.

Desventajas: No contar con estándares adecuados de calidad, que es un factor clave y determinante en servicios.

7.- Distribuir o comercializar

Ventajas: No tener que fabricar o idear nada en especial respecto al producto.

Desventajas: Prestar importancia a la financiación y al servicio pues son elementos vitales.

¿De dónde tomo una idea?³

Lo primero que tienes que hacer es un listado de todos los temas que te interesan. Para llevar adelante este proceso adopta el método de la tormenta de ideas o "brainstorming". Estas ideas te pueden llevar a descubrir cuestiones importantes como:

- Toda necesidad insatisfecha.
- Todo servicio mal brindado.
- Todo producto que no llega en condiciones adecuadas es una carencia, es una necesidad que se puede reconvertir en un nuevo negocio o en el mismo pero mejor realizado.

Por ese debes observar la vida diaria y anotar todo lo que te ocurra. **No descartes absolutamente nada**, pues no sabes por dónde puede llegar el emprendimiento. Crea la lista con todas las ideas que se te hayan ocurrido. Hay lugares y horarios donde las ideas surgen con mayor fluidez. Uno de ellos, aunque parezca ridículo, **es el baño**. Por qué, porque allí tienes tiempo para estar solo y relajado. Otro lugar para buscar ideas es tu propio trabajo, pues allí tú tienes mucho para ganar ya que conoces el negocio y puedes encontrar la manera de hacerlo mejor o de vendérselo a tu empresa o a algún competidor. Descubre necesidades hablando con proveedores, clientes, consumidores, distribuidores de un producto o servicio. Estos pueden ser inclusive tus parientes o amigos. Una vez que tengas tu largo y profuso listado de ideas, puedes comenzar con el segundo paso que es empezar a descartar o a elegir, como prefieras. Todo esto es muy conveniente que lo hagas:

La idea del emprendedor con respecto a su negocio, debe estar en relación directa con lo que él sabe hacer bien o que podrá delegar en alguien de mucha confianza para que lo haga por él. Otro detalle muy importante: **no siempre una buena idea es o puede ser rentable**, por lo menos en el corto plazo. La formulación de la idea debe ser sencilla, sintética y estética. Algo demasiado complicado no siempre tiene buena recepción como lo simple pero realmente innovador.

Si ya tienes la idea. Ahora llega uno de los momentos de verdad ya que hay que ponerla a prueba, buscar más datos, consultar con expertos o conocidos. ¿Cómo puedes hacerlo?

- Forma parte de la mayor cantidad de grupos dedicados a encontrar soluciones creativas.
- Busca clubes de emprendedores en la web.
- Consulta con gente dedicada a preparar e implementar programas de negocios.

³ www.dinernet.com.mx

- Consigue bibliografía y revistas especializadas sobre el tema.

Otra sugerencia es que te vuelvas un escuchador de primera, porque de esa manera estarás dándole las mejores oportunidades a tu emprendimiento de mejorar y superar obstáculos, o de ganar tiempo.

Una vez concluido con estos pasos es importante que analices cuestiones como las siguientes: ¿Dónde y con quiénes puedo probar mi idea?, ¿Cuál es el momento más oportuno? (hora, día, mes, etc.), ¿Qué infraestructura necesito montar para dicha prueba?, ¿Qué recursos me hacen falta para ello, no sólo financieros, también de personal, calificación del mismo, lugar, etc.?.

¿Qué debo pensar antes de empezar mi negocio?⁴

Primero que nada tienes que sentarte en un lugar cómodo y hacer una lista de cálculos preliminares que te darán idea de **lo que realmente quieres y lo que requieres para lograrlo:**

1. Escribe en una lista las razones por las que quieres empezar un negocio propio.
2. Traza un estimado objetivo de tus puntos fuertes y tus debilidades como persona.
3. Determina el tipo de negocio para ti, basado en lo que te gusta y lo que puedes hacer.
4. Haz una pequeña investigación del tipo de negocio que sería bueno comenzar.
5. Escoge el negocio.
6. Decide que estructura legal usarás para tu negocio.
7. Escoge un sistema para mantener el registro financiero de tu negocio.
8. Entérate de qué seguros necesitarás.
9. Haz una lista del equipo, material y personal que necesitarás.
10. Imagina cuanto dinero piensas que podrás ganar para considerar tu negocio rentable.
11. Calcula los recursos que tienes y los que tendrás que pedir.
12. Identifica de dónde obtendrás los recursos faltantes.
13. Establece dónde estará localizado tu negocio.
14. Escoge y registra un nombre para tu negocio.

Cada una de estas áreas necesita amplia consideración si quieres que tu empresa se convierta en una realidad y prospere.

⁴ www.dineronet.com.mx

¿Dónde consigo un financiamiento?⁵

La idea general es que para empezar un negocio nadie te va a prestar porque pondrían en riesgo sus inversiones. Sin un historial que te respalde, tienes que contar con ahorros propios o que tus amigos y familia estén dispuestos a arriesgarse contigo. No podemos negar el hecho de que conseguir un financiamiento es una tarea dura, pero los préstamos se pueden lograr y con una buena preparación son relativamente fáciles de conseguir. Aquí hay algunas instituciones a las que puedes acudir:

- Un banco
- Uniones de crédito
- Compañías comerciales que usualmente de prestan o financian equipo en lugar de dinero
- Incubadoras de empresas, es decir, un grupo de inversionistas que aportan dinero hasta que el proyecto sea rentable y se quedan con una participación en acciones de la misma

La mayoría de los préstamos son otorgados por los bancos, por lo que la mayoría de los pequeños negocios utilizan los siguientes recursos bancarios:

- Préstamos personales
- Tarjetas de crédito
- Renta de equipo

⁵ www.dineronet.com.mx

¿Qué es el plan de negocios?⁶

Ya definiste el emprendimiento que te interesa desarrollar, ya puliste la idea y superaste diversos filtros. Ahora comienza el desarrollo del plan de negocios.

El plan de negocios **es el documento más importante** que tendrás que desarrollar. Dirigirá tus acciones y decisiones, y contendrá toda la información que un inversionista necesita evaluar. El plan de negocios marca el final de una etapa, podemos decir la de creatividad, prueba, un poco más en el aire, y el comienzo de otra, donde importa el poner manos a la obra para conseguir capital y administración. Es el documento que vinculará el propósito del negocio (el qué) con la forma en que vamos a realizar dicho negocio (el cómo).

Un plan de negocios debe desarrollar tres conceptos principales:

1. La **definición** del negocio (que acabamos de ver sintéticamente).
2. El **entorno** (que incluye el análisis del mercado, la competencia y condiciones generales del contexto).
3. Los **factores financieros** (que implica la financiación, el retorno de la inversión del negocio entre otras variables).

La carpeta del plan de negocios debería tener secciones y la puedes complementar con transparencias, algún video, datashow en computadora, etc. Debería ser lo más compacta y breve posible. Lo primero que tienes que hacer es definir el negocio, el producto / servicio y el rol de la nueva empresa. Para ayudarte responde las siguientes preguntas:

1. ¿Qué es nuestro producto / servicio?
2. ¿En qué negocio estamos? ¿En qué eslabón de la cadena de valor (somos productores, distribuidores, proveedores de materia prima, del producto terminado, etc.)?
3. ¿Cuál es nuestra relación con el consumidor final? ¿Cuáles son o serán nuestros canales de distribución para llegar a él?
4. ¿Qué hacemos nosotros y qué no hacemos?

⁶ www.dineronet.com.mx

10 razones por las que fracasan los pequeños negocios⁷

La estadística sugiere que casi la mitad de los pequeños negocios fracasan durante los cuatro primeros años, pero una vez que has identificado las razones, puedes incrementar tus oportunidades de éxito.

- **Desidia.** Cuando tienes un negocio las tareas pueden apilarse en de manera incontrolable en tu escritorio si las pospones y eventualmente aplastarte.

- **Ignorar a la competencia.** La lealtad del consumidor ha declinado mucho en últimas fechas. Los clientes buscan el mejor producto, los mejores servicios y los mejores precios.

- **Marketing ineficiente.** Contrariamente a lo que puedas pensar, los productos no se venden solos. Si no sabes hacer el marketing, contrata a alguien experto, ya que esta parte es crucial.

- **Ignorar las necesidades del cliente.** Una vez que atraes clientes, debes trabajar para mantenerlos ya que ellos son el aspecto clave de tu negocio. Si haces un seguimiento de tus clientes, ellos encontrarán alguien que lo haga.

- **Empleados incompetentes.** Contrata sólo los empleados indispensables y asegúrate de que estén bien entrenados para las tareas encomendadas. Recuerda que empleados felices son buenos empleados.

- **Falta de versatilidad.** Puede que seas muy bueno para hacer sombreros, pintar casas o arreglar computadoras, pero eso no es suficiente para hacer que tu negocio camine. Los negocios exitosos tiende a adoptar varias tareas que los hacen versátiles y flexibles.

- **Mala ubicación.** Considera factores como tráfico (cuántas clientes potenciales pueden pasar durante la mañana o tarde) y la conveniencia (si es difícil que tus clientes lleguen al lugar)

- **Mente cerrada.** Todos tenemos ideas preconcebidas acerca de lo que significa tener un negocio. No te sorprenda encontrar muchas de ellas erróneas. Lee revistas especializada acerca de negocios pequeños o visita páginas en la red.

⁷ www.soyentrepreneur.com.mx

Planes inadecuados. Comienza con metas realistas y precisos acerca de tu empresa. Por ejemplo no solamente digas "Tenemos que incrementar las ventas", en su lugar, decide el monto al que aspiras para la próxima temporada. Después escribe los pasos que debes tomara para lograrlo y asegúrate de que los estás siguiendo cada día.

Muchos negocios de tiempo completo pueden iniciarse partiendo de una base de medio tiempo. De hecho, ésta es la mejor forma de empezar para aquellos que quieren lanzarse por sí solos, pues es una forma ideal de poner a prueba la viabilidad su idea y atravesar la famosa curva de aprendizaje al tiempo que se cuenta con la seguridad de un ingreso fijo. Los mejores negocios de medio tiempo no requieren de muchas tareas de administración o mercadotecnia, dándote la libertad de dedicar tu tiempo a tu trabajo fijo actual. Lo primero que debes hacer es elegir un producto o servicio que esté en demanda y, sobre todo, que sea fácil de vender. Así también, deberás pensar en un negocio que sea posible de manejar en horas flexibles, de modo que puedas organizar tu día, combinándolo con tu trabajo actual.

Cada negocio es diferente y funciona de manera distinta para cada tipo de emprendedor. Por ello deberás encontrar ese negocio ideal que sea perfecto para ti según tus gustos y tus habilidades. Pon mucha atención a tu alrededor y elabora una lista de lo que te gusta hacer, de lo que más disfrutas, de las cosas que te salen muy bien y descubrirás un negocio ideal.

El miedo a iniciar⁸

Enfrentémoslo: iniciar un negocio es una propuesta atrevida. Ya sea que tengas éxito o falles, cada aspecto de tu vida se verá afectado; desde tus cuentas bancarias hasta tus amistades. Sin embargo, el miedo inicial es perfectamente normal, añade presión a una situación ya de por sí estresante. Evitar este estrés no es recomendable. En cambio, te recomendamos enfrentar tus miedos y aprender a lidiar con todos los obstáculos. A continuación señalaremos algunos puntos interesantes para que aprendas a controlar y dominar el las presiones de un nuevo emprendimiento, y de esta forma hagas de tus temores elementos positivos que te permitirán obtener mejores resultados.

Empieza poco a poco: Abandonar de golpe tu empleo seguro (si es el caso) para empezar un negocio puede llenarte de pesadillas. Se sugiere hacer una transición lenta, por etapas, tal vez iniciando tu negocio como una actividad de medio tiempo, lo que te podrá ayudar a superar algunos miedos. Una transición gradual te permitirá también darte un tiempo para pensar, planear y trabajar en los problemas potenciales, lo cual aliviará un poco de tensión.

Solicita ayuda: El miedo a lo desconocido a detenido a muchos empresarios potenciales. Y aunque no hay nadie que pueda responder a tus dudas con una certeza del 100 por ciento, los expertos y otros que hayan estado en tus zapatos te pueden dar mucho apoyo.

Planea: Una de las premisas importantes de la administración. No hay nada como la preparación para vencer los sentimientos de pánico. "Un buen plan de negocios puede llevarte muy lejos y ayudarte a aliviar la tensión característica de cuando se inicia un negocio", dice Bill Fioretti, director de Desarrollo de Pequeños Negocios de la Universidad de Cincinnati. "Es fascinante ver cómo la gente atraviesa el proceso de crear su plan. Sus ideas se cristalizan y se materializan".

Espera lo inesperado: A menos que tengas dinero para dar y regalar, iniciar un negocio representa un riesgo monetario muy grande. Desafortunadamente, no es posible controlar todas las variables que afectarán tu plan de inversión. Resulta atemorizante pensar que todo por lo que has trabajado podría ser desmantelado en un segundo por circunstancias ajenas a tu control. Diseña un plan de contingencia para lidiar con los problemas que te puedas imaginar llegar a tener. Esto no implica que tengan que ocurrir, pero no hay nada mejor como estar preparado. De hecho

⁸ www.soyentrepeneur.com

habrá situaciones inimaginables que se te pueden presentar, pero las más probables las tendrás analizadas.

Ten confianza en ti mismo: Si eres de ese tipo de personas que constantemente se preocupan por lo que piensan y dicen los demás, necesitas aprender a tragar una fuerte dosis de confianza antes de empezar tu propio negocio.

Pon tu miedo a trabajar: ¿Por qué ver al miedo como algo negativo cuando, en realidad, puede ser un gran motivador? El miedo a hipotecar una casa ha paralizado a muchos, por ejemplo, pero a otros los ha obligado a trabajar más duro para lograr que su negocio reditúe y puedan saldar las deudas en que incurrieron al inicio. Si tienes miedo, determina exactamente qué es lo que te tiene así y considera las distintas formas en que puedes enfrentarlo. Utilizar el miedo como una herramienta motivacional significa analizar la causa de tu ansiedad, enumerar los factores y después actuar.

iHazlo! : "No podemos escapar al miedo. Solamente podemos transformarlo en un compañero que estará con nosotros en nuestra aventura empresarial", dice Susan Jeffers, autora de *Feel the Fear and Do It Anyway* (Siente el Miedo, y Hazlo de Cualquier Forma). Jeffers está convencida de que nuestros miedos tienen su origen en la idea de que no podemos lidiar con las situaciones difíciles. Pero "si supieras que puedes lidiar con todo lo que se te presenta. ¿por qué tendrías que temer?", se pregunta. El miedo es una de las emociones humanas más elementales, pero no necesita convertirse en un obstáculo para emprender. Recuerda que los empresarios más exitosos han sentido ese miedo alguna vez en sus vidas, pero lejos de atemorizarlos, los impulsó a llegar más lejos.

Hacia una cultura emprendedora⁹

Otra cuestión importante de análisis dentro de los emprendedores es la siguiente: como ya lo mencionamos son las escuelas las que se están encargando en la actualidad en formar a la mayor parte de los emprendedores pero ¿porqué no hacer de esto una cultura y que podamos transmitir de generación en generación. La mayoría de los padres no son empresarios. Puede ser que tengan un trabajo productivo, absorbente o que uno de ellos tenga que cuidar el hogar de tiempo completo, pero eso no quiere decir que carezcan de un espíritu emprendedor que pueda ser transmitido a sus hijos.

Los padres de familia tienen que pensar en maneras de innovar en el ahorro del dinero cuando la familia crece, modos diferentes de "vender" la comida saludable a los pequeños, y ajustarse a la creciente necesidad de ropa limpia en el paso de los años. ¿Por qué no aprovechas tus propias características para darles bases para el futuro? Enséñales el valor de la necesidad como la madre de todas las inventos. No les "regales" todo. Premialos por su esfuerzo y así lograrás que mantengan su nivel de compromiso consigo mismos. No olvides: los niños aprenden más de lo que ven, que de lo que oyen. Para lograr bases fuertes, primero necesitas implementarlo en ti. Es posible mostrarles el camino desde pequeños, pensando **empresarialmente** en las pequeñas rutinas diarias:

1. Frases para repetir periódicamente: Está bien caerse. Sólo debes levantarte y seguir intentando. Recuerda que si sigues haciendo lo que haces, seguirás obteniendo los mismos resultados. Toma un momento antes de actuar. Planea tu trabajo y trabaja tu plan.
2. Cuando algo se rompe, la respuesta no está en siempre comprar uno nuevo. La solución radica en buscar alternativas para repararlo o en usar las partes para algo mejor. Esto enseña a buscar soluciones, no problemas.
3. Háblales de los precios y el valor del dinero, el cual no debe ser adorado sino respetado. Malgastar recursos es irresponsable, aunque se tengan de sobra.
4. Discutir como manejaste una situación cuando sentiste que te trataron de manera inapropiada en una tienda o negocio es una buena manera de enseñar a los niños la naturaleza de las relaciones comerciales. Tratar a los otros como quieres que te traten es importante y recuerda que no importa lo que digas, los niños aprenderán de lo que hagas.
5. Regularmente, los niños llegan a casa de la escuela con un montón de papeles y proyectos que necesitan orden y un lugar específico. Ayúdales a encontrarlo para que puedan

⁹ www.soyentrepeneur.com

encontrar lo que necesitan sin tu ayuda y recuérdales que tienen algo pendiente hasta que saquen el último papel de ahí. Esto enseña organización.

6. Todos los niños tienen un talento. Puede que no tu te des cuenta de cual es. Permite al niño inmiscuirse en varias actividades en las que muestre interés. Empújalo y dile si vez alguna cualidad especial. Tómallo en serio cuando dice que quiere ser científico de cohetes. Esto enseña seguridad.

Todos estos son conceptos muy simples, aunque indispensables para que los niños se sientan seguros para encarar el mundo. Algún día podrán tener posiciones importantes en grandes compañías, instituciones educativas, la ciencia médica, etc. O puede que quieran algo para ellos. Lo que sea que escojan, será más fácil si tienen padres que favorecen conductas para el futuro.

LAS MICROEMPRESAS¹⁰

(comentarios generales)

Las microempresas cubren una gran función dentro de su comunidad y la sociedad en general. Stephen Murray, profesor de la Universidad Anáhuac, opina que las PYMES tienen cualidades esenciales admirables, que deben ser tomadas en cuenta por las de mayor tamaño, expresó en conferencia durante la ExpoCapacitate Empresarial en el World Trade Center. El experto explica que debido a su peculiaridad, son por lo general propiedad familiar y sus horizontes son apenas de economía local, aunque tienen muchas ventajas sobre las grandes: Son capaces de cambiar su modo de producción e incluso sus productos con gran rapidez para ajustarse a las necesidades del mercado. Un pequeño negocio tiene un fuerte sentido de lealtad local, tanto por parte de sus clientes como de sus empleados, por lo que ayudan a solidificar el sentido comunitario. Los propietarios son compañeros, o vecinos de aquellos que apoyan a la empresa por lo que crean lazos que difícilmente pueden ser sustituidos por una campaña publicitaria. No obstante, muchos pequeños negocios han evolucionado como métodos para reducir impuestos e incluso evitar pagarlos, lo que reduce su capacidad de crecimiento y la del país donde se ubican.

De acuerdo con Murray, los micronegocios operan con la política de bajos costos, por lo cual, en ocasiones carecen de la sagacidad para enfrentar los retos de crecimiento. En particular, los pequeños empresarios en México, sostienen una reacción fatalista al encarar desafíos, que se perciben como semáforos en rojo en vez de montañas a conquistar. Para remediar esta actitud, se debe contar con una buena dosis de confianza, imaginación y obstinación, pero sobretodo, estar dispuesto a terminar con viejos hábitos. Una empresa fuerte, no importa de qué tamaño debe:

-Conocer profundamente sus debilidades, que es un elemento central en el mecanismo de una gran firma.

-El manejo gerencial debe estar dentro de las prioridades de la empresa.

-Tener el equipo necesario para realizar autoevaluaciones para sanearla.

-Ser conscientes de la realidad y el entorno en que se ubican.

¹⁰ www.soyentrepreneur.com

Las Perspectivas¹¹

Según el profesor Murray, las empresas mayores están volteando hacia las pequeñas para aprender de su movilidad, por lo que una nueva estrategia es la de dividir en pequeñas unidades de negocio toda la firma. Las pequeñas empresas deben aprender a sortear su falta de reputación o experiencia en cuestiones comerciales y obtener contactos suficientes para que sus insumos sean más baratos.

Además, las PYMES deberían operar con un fuerte sentido de responsabilidad, dinamismo y con el modelo "hands on" (manos a la obra) para así, ubicar los nichos comerciales, sensibilizarse a las demandas del mercado y pensar en maneras de consolidarse y expandirse.

Desde la idea inicial hasta el desarrollo de la misma en papel y su implementación final, todo el proceso en sí señala una serie de planteamientos que se tienen que analizar objetivamente para reducir la incertidumbre que genera un desafío como este, y aunque desafortunadamente no hay una "clave mágica" que te señale que la elección que estas realizando es la elección perfecta, si hay algunos parámetros que te pueden asegurar un mayor porcentaje de éxito. El camino a seguir no suele ser llano y ligero, en ocasiones pudiera parecer un campo minado en el que cualquier movimiento te puede llevar a un camino sin salida y a situaciones poco deseadas. Lo importante en esas situaciones es replantear los objetivos y saber desde el principio que estos retos serán parte del gusto por los negocios, y que la forma en la que se afronten nos dará la experiencia necesaria para volverlas a enfrentar en mejores condiciones.

Dentro de los parámetros a tomar en cuenta podemos señalar con mayor importancia los siguientes:

- ❖ El conocimiento, por lo menos en parte, del área en la que se pretende incursionar, de tal forma que permita tener las bases del manejo del negocio y de las situaciones que se pueden presentar al llevarlo a cabo, esto implica el conocimiento mínimo de redes que permitan tener una mayor facilidad en el acceso hacia los insumos que el negocio necesita y al mismo tiempo permitan que tu negocio pueda satisfacer las necesidades que se pretenden y se pueda dar a conocer en forma rápida.

¹¹ www.soyentrepreneur.com

- ❖ Una clara definición de metas y objetivos que permita evaluar sobre la marcha los resultados que del negocio se van teniendo, y de ser necesario permitan hacer los ajustes requeridos de forma organizada y no al "aventón".
- ❖ Y tal vez la más importante, la confianza que se debe tener en que la empresa que se inicia será exitosa y, que de ella se obtendrán grandes beneficios y grandes experiencias que permitirán reforzar tu perfil como empresario y dueño de un negocio propio.

NUESTRO NEGOCIO

Ahora entremos más a detalle al negocio que en este caso se pretende estudiar. La información que se tiene con respecto a la organización de eventos, principalmente infantiles, es muy pobre en todos los documentos que se han checado hasta el momento. Lo que es de llamar la atención es que en últimas fechas el ritmo tan acelerado de vivir en una metrópolis como la nuestra ha llevado a cientos y tal vez miles de padres de familia a buscar medios a través de los cuales puedan verse hasta cierto punto liberados de la organización de las fiestas y eventos infantiles para sus hijos. Ahora es común encontrar en lugares de nivel socioeconómico medio padres de familia que gustan de contratar los servicios de empresas que les puedan ofrecer desde las cuestiones más generales hasta los detalles más finos para los eventos especiales de sus hijos.

Desde el mobiliario adecuado para que los niños se sientan a gusto hasta inflables, payasos, magos y comida para los peques, resulta interesante ver las áreas de oportunidad que en este campo se tienen.

A continuación hablaremos sobre un negocio que se fue preparando a lo largo de dos años y que comienza a llevarse a cabo con muchísimo entusiasmo, con muchas de aprender y experimentar y también con algunas aportaciones que se espera den como resultado un negocio que permita adquirir la experiencia suficiente como para ampliarlo o modificarlo de acuerdo a las situaciones que se encuentren en el camino, y que al mismo tiempo satisfaga las necesidades ya planteadas de esos padres de familia y las nuestras propias como nuevos empresarios en el ramo.

Tocaremos desde las cuestiones generales que implican el mencionar el *qué se va a hacer* de acuerdo a las ideas surgidas hasta este momento; pasando por la descripción del *cómo se va a hacer* la actividad en la práctica real; continuando con la señalización de los lugares en *donde se van a hacer* nuestra labor y a llevar a cabo nuestros eventos; mencionando posteriormente los materiales que se necesitan para llevarlo a cabo, es decir, *con qué se va a hacer*, señalando los tiempos que se tienen programados para algunas de las actividades previstas a futuro y, finalmente, concluyendo con algunas previsiones a tomar en caso de que ocurra algún imprevisto de los que nos hemos podido imaginar, aunque esto último es una tanto ideático por que se pueden presentar situaciones diferentes a las previstas y no presentarse las que aquí se señalen.

OBJETIVOS Y METAS DEL NEGOCIO

Ya entrando en lo que realmente interesa de este informe, iniciaremos describiendo lo que se va o se quiere hacer, señalando únicamente cuestiones muy generales en cuanto a las ideas que dieron origen a este negocio y las cuales dieron origen a nuestra misión, los postulados que se pretenden seguir como guía para el éxito del mismo y que son parte de nuestra visión y finalmente comentaremos información estadística que nos llamó la atención para decidirnos a ponerlo en práctica y que define claramente el segmento de mercado al cual queremos atender.

Algo trascendental cuando se pretende iniciar un negocio es el planteamiento de los objetivos que con el se quieren lograr. Esta es una cuestión importante, aunque un tanto complicada por que se lleva a cabo en la etapa previa a la implementación del mismo. La adecuada planeación es el resultado de información oportuna y confiable, por lo que resulta importante el hacerse de la misma, así como entender los mensajes que la misma contenga e interpretarla de manera adecuada para ajustarla a los planteamientos que se tienen.

Cuestiones como los precios que se manejan en el mercado, los puntos en donde se puede y en donde no se puede ofrecer nuestro producto, las actividades promocionales que con regularidad llevan a cabo los competidores para promover sus servicios, las características de servicio que ofrecen, etc. son algunas de las actividades que permitirán determinar la imagen de nuestro negocio ante el público en general y el rol que nuestra empresa jugará en el mercado. Con la información adecuada se podrán detectar las desventajas pero aún más importante las ventajas que permitirán diferenciar nuestro producto con respecto al de los demás, de tal forma que parte de nuestras estrategias vayan enfocadas a este renglón.

A continuación hablaremos sobre tres aspectos iniciales que permiten establecer las metas y las estrategias que la empresa como tal seguirá para poder conseguir sus objetivos marcados: hablaremos sobre la misión de la empresa, la visión que tiene para lograr esa misión y el mercado objetivo al que se pretende atender. Ya para terminar esta parte realizaremos un análisis muy sencillo de las actividades que realiza la competencia, es decir, aquellas empresas que se dedican a la misma actividad que aquí mencionamos, análisis que se irá ampliando conforme entremos a ver más en detalle algunos otros aspectos del negocio. Dicho análisis permitirá realizar una comparación entre lo que ellas ofrecen y lo que nosotros hacemos, y permitirá señalarlos con mayor claridad las características que permitirán sobrepasar las expectativas de los clientes.

Misión

Tal vez una de las cuestiones más complicadas, a pesar de que solo implica la aplicación del aspecto mental, es la creación de una frase que por sí misma señale el concepto que la empresa como tal quiere transmitir a sus clientes. Muchas empresas grandes basan buena parte de sus estrategias en la misión que tiene la empresa como tal. Podemos señalar infinidad de ejemplos pero en este momento nos importa llegar a una frase que dentro de lo posible abarque lo que pretendemos ofrecer y abarcar.

Desde nuestro particular punto de vista y después de una larga discusión, pensamos que una frase muy general pero que puede darnos entrada para que la gente entienda nuestro concepto es la siguiente:

PROPORCIONAR UN SERVICIO QUE SATISFAGA A NUESTROS CLIENTES Y QUE SIRVA PARA FACILITAR LA ORGANIZACIÓN Y REALIZACIÓN DE SUS EVENTOS INFANTILES.

Como tal pareciera ser muy llana pero tratemos de entender el porque de nuestra elección. Nuestro concepto principal es el facilitar a los padres de familia la organización de eventos para sus hijos pequeños, y como ya lo habíamos mencionado y lo volveremos a tocar más adelante, todo esto se realizará ofreciendo una serie de insumos y materiales adecuados para las necesidades de los niños y que evitara a los padres de familia el ajetreo que todo esto implica. Y lo más importante, nuestro compromiso será el ofrecer esos servicios con las características que creemos ellos esperarán del mismo.

En este sentido ha resultado complicado conocer la misión que rige a cada una de las empresas dedicadas a la misma actividad. De acuerdo a lo que se ha podido observar algunas de ellas parecieran no contar con este elemento, y las que lo llegan a tener no la divulgan con facilidad. Aún con todo esto creemos que la misión que hemos propuesto para nuestro negocio contempla aspectos muy importantes que los clientes buscan al contratar un servicio con nuestras características y cuando logremos cumplirla en un 100% estaremos garantizando una amplia confianza y lealtad por parte de los clientes, y lo que es más importante, podremos contar con su recomendación, situación importantísima para poder tener contrataciones frecuentes.

Visión

Una vez marcada la misión de nuestra empresa damos paso al establecimiento de la visión. La visión establece las pautas particulares de nuestro negocio que permitirán que nuestro producto se coloque en el mercado con características que permitan diferenciarlo. Los elementos que nosotros creemos más relevantes para que podamos lograr el objetivo marcado son los siguientes:

Ofrecer un servicio de la más alta calidad basado en el personal que lo ofrece y en los materiales con los que se cuenta, que permita satisfacer las nuevas necesidades de tiempo y organización que enfrentan los padres de familia para organizar las fiestas infantiles de sus hijos proporcionando los elementos básicos para su elaboración y que se pueda ajustar a sus necesidades de tiempo y espacio. Parte primordial para lograr todo esto es el tener los materiales de apoyo que de acuerdo a diferentes experiencias hemos podido observar como adecuados, tanto por su tamaño, sus colores y su diseño.

Si bien en un principio y como ya se ha mencionado con anterioridad esta última parte no se cumple en su totalidad, si resulta una de las metas principales a conseguir en nuestra empresa, lo cual implicará una serie de reinversiones de capital que permitirá tenerlos. Así mismo, la experiencia que se vaya teniendo en el manejo de los niños, la experiencia en la aplicación de actividades que los entretengan y la experiencia que se logre tal que nos permita captar su atención serán parte fundamental para ofrecer un servicio que efectivamente satisfaga los estándares de calidad que la gente desea obtener del mismo.

De hecho todo esto ya una vez aplicado resulta en un elemento diferenciador que los clientes buscan para reducir la incertidumbre de contratar a un extraño en un momento tan importante. Los proveedores de servicios con estas características se distinguen por su buen o mal servicio, y esto los lleva a tener una mayor o menor cantidad de trabajo, independientemente de los precios que se puedan llegar a ofrecer. Ese servicio incluye principalmente la labor realizada por la o las personas encargadas de realizar la animación del evento y por las características del mobiliario que se ofrece, en cuanto a sus dimensiones y características de uso y cuidado. De todo esto ampliaremos información más adelante.

“En algunos países tendemos a sobrevalorar la estabilidad y la permanencia, sin darnos cuenta de que el miedo al cambio es un obstáculo esencial para la creación de líderes. En este sentido entramos a tocar un tema importante y que cabe señalarlo en esta parte de nuestro informe: el liderazgo empresarial que trataremos tener. Un administrador de recursos se opone por completo al

concepto de un líder: mientras el primero se siente inseguro ante un ambiente inestable, los verdaderos líderes aprovechan los cambios para inferir sobre su entorno. La cualidad más importante de un líder empresarial es su valentía y manera de arriesgarse. Para nadie es una revelación que en los momentos de inestabilidad de un país es cuando surgen las grandes oportunidades de establecer un negocio de éxito, aunque para lograrlo, la mayoría de las veces, hay que jugarse el todo por el todo. Un líder puede ver entre líneas, puede visualizar oportunidades donde hay desequilibrio, reitera Borghino.

En una organización, es muy importante que el líder lleve a cabo un proceso de autodiagnóstico en el que se equiparan las visiones y estrategias, que deben estar alineadas con la parte estructural. Se deben tener herramientas y sistemas de soporte que permitan llegar al objetivo. En conferencia magistral durante la ExpoCapacitate Empresarial, Borghino ejemplificó diciendo que si tu estrategia es de velocidad de respuesta, orientación hacia el mercado, etc., pero tienes una burocracia centralista, será imposible llegar a ser funcionales. También explica que un líder debe tomar en cuenta el medio en el que trata de innovar ya que si se encuentra dentro de una empresa, digamos centralista y autoritaria, no tendrá oportunidad de equivocarse. La cultura o paradigma de la gente que dirige, tiene que cambiar al mismo tiempo que el modelo de liderazgo que quiere implementar.

Según el experto, el liderazgo nace de ti mismo. No puedes dirigir a nadie mientras no sepas conducirte propiamente. Es decir, el liderazgo de tu propia vida, antecede a tu capacidad de poder influir a otros seres humanos. La integridad y congruencia son elementos que se encuentran en todos los líderes memorables. La razón por la cual la mayoría de la gente tiene seguidores es porque es **consistente** con ciertos principios y valores con los que todo el equipo comulga. La integridad y la congruencia deben ser la clave para no usar los métodos autoritarios. Las teorías marcan perfectamente como debes guiarte, pero el proceso de cambio entre la vieja y la nueva escuela debe ser a tu criterio.

La diferencia entre el que tiene éxito y los demás es que han fracasado en más ocasiones, es una cuestión de terquedad hacia la visión con la que se comulga. Es necesario generar un concepto de integración y trabajo de equipo, aunque comprometido con los objetivos individuales y organizacionales.

Los riesgos calculados hacen que las personas sean soñadoras, seguros de sí mismos y por lo tanto líderes.¹²

¹² www.soyentrepeneur.com

Mercado al que se pretende atender

"La gente menosprecia a los niños por ser pequeños, pero no saben que los niños tienen un poder especial que influye en los padres para que estos consuman bienes o servicios".

Con el fin de brindar una mejor atención, lograr un mayor alcance dentro de la preferencia de los clientes y, en consecuencia, obtener el éxito deseado en cualquier negocio, el público se ha dividido en varios sectores: damas, caballeros, jóvenes y uno muy especial que hasta hace pocos años no se tomaba en cuenta: los niños. El mercado infantil en México es un mercado pobremente valorado hasta los últimos años, en que ha comenzado a tener mayor interés por parte de las empresas. Sin embargo, un público de niños resulta ser un negocio de excelentes ganancias para los mayores – cuando se hacen bien las cosas. Lo importante radica en conocer sus deseos, inquietudes y formas de pensar. El público infantil se caracteriza por ser exigente, complejo y, sobre todo, inteligente al momento de realizar alguna compra o influir en los adultos para seleccionar los productos o servicios, por lo que se han convertido en el foco de atención de miles de personas interesadas en abrir un negocio.

Hasta la primera mitad del siglo XX se comenzó a considerar a los niños como tales, ya que hasta antes de esa época era común que a los hijos se les tratara como a personas mayores y la probabilidad de que tuvieran cosas acordes a su edad era mínima y limitada. Por ello mismo es que se convierte en un campo de acción con múltiples opciones de desarrollo.

Según algunos datos que circulan en las estadísticas "existe mucho mercado infantil en México, pero muy poco es explotado". La gente en general menosprecia a los niños, pero no saben que los niños tienen un poder especial que influye en los padres para que estos consuman productos o servicios. Conocer a los niños, sus gustos y sus deseos demanda una atención especial. El mercado dirigido a los niños es sumamente dinámico y está en constante cambio. Suelen ser buenos receptores al momento de escuchar o ver algo, pero al mismo tiempo son críticos y no aceptan con facilidad lo que ven o escuchan. Son muy directos al tomar una decisión: o la aceptan desde un principio o la rechazan definitivamente

Las características principales de los niños de hoy (principalmente los ubicados en edades que van de los 5 a los 9 años) se pueden entender a partir de tres niveles:

Nivel cognoscitivo: los niños de hoy leen y observan por su propia iniciativa, eligen sus objetos personales, así como los juguetes y los lugares que desean conocer, organizan sus propias ideas y

buscan nuevas formas de pensar, ya que su mente trabaja más rápido, y por tanto, se desarrolla a una temprana edad.

Nivel social: les agrada pertenecer a grupos o clubes, en especial si admiran a un personaje atractivo, es selectivo en sus amistades, comienzan a ser autosuficientes en su casa y se vuelven más independientes, aunque también buscan influir más en sus padres ya que saben que a través de ellos pueden cumplir sus deseos.

Nivel sexual: ahora se interesan desde pequeños en el sexo opuesto, seleccionan su ropa porque su apariencia les preocupa, les atraen los colores vivos, modelos de zapatos modernos y toda clase de prendedores y adornos en el cabello, en el cuello y las muñecas, establecen lazos afectivos fuertes con amigos y son fieles con sus personajes favoritos.

Según datos arrojados por el INEGI¹³, tuvimos que considerar varios elementos atractivos para nuestra decisión ya tomada. En primer lugar la población de D.F. resulta ser de 8 591 309 de habitantes, es decir, el 8.8% de la población total del país, sin contar obviamente con la zona conurbada, que para nuestros objetivos también resulta importante, principalmente en municipios como Naucalpan, Atizapán de Zaragoza, Tlalnepantla Huixquilucan y Nezahualcoyotl. Considerando esto último podríamos calcular una población de aproximadamente 15 000 000 de habitantes. Por otro lado observamos que la población que se encuentra entre los 5 y los 9 años de edad resulta ser de casi 1 000 000 en el D.F., más la zona conurbada ya mencionada, lo cual nos aproxima a los 2 000 000 de niños. Sin embargo, la población que se encuentra entre los 20 y los 34 años, edades que nosotros consideramos en el rango de fecundidad, es de 2 516 298, lo cual nos señala que considerando la tasa de natalidad que en el D.F. es de 0.5% anual tenemos que para cada año tenemos un nuevo mercado a atender de aproximadamente 125 000 infantes, lo cual renueva constantemente, o por lo menos lo mantiene, nuestros consumidores objetivo. El último rango de clasificación utilizado para definir de manera general nuestro segmento de mercado se basó en el ingreso que llegan a tener los padres de familia, ya que es lógico observar que no todos estarán en condiciones de contratar un servicio con las características que ofrecemos. Nosotros creemos que el grupo de personas que estarán en posibilidades de contratar nuestros servicios serán aquellas personas que se encuentren en un rango de ingresos superior a los 6 salarios mínimos (considerando a un solo miembro como sostén de la familia o acumulando los salarios obtenidos por la pareja). Considerando esto último se reduce nuestro mercado potencial a sólo un 17.5% de los habitantes económicamente activos, sin embargo, nos da una pauta más clara y real de nuestro mercado a atender.

¹³ www.inegi.org.mx

Nuestro objetivo inicial es abarcar y atender las zonas de Villa Coapa y Santa Ursula, y aunque la perspectiva de crecimiento resulta interesante dependerá de los resultados que se vayan teniendo la expansión que del mismo realicemos, ya que antes de abarcar demasiado queremos atender un mercado reducido pero atenderlo bien, lo cual es elemento importante plasmado en nuestra misión. Sin embargo esto no implica la posibilidad de poder movernos hacia cualquier punto de la zona metropolitana, aunque en algunos casos obviamente tendríamos que considerar los costos que nos implicaría el movernos hacia determinado lugar de la misma.

PLAN DE ACCION

Ahora pasaremos a desarrollar el punto del cómo se realiza nuestra labor hasta este momento. Mencionaremos las características generales de nuestro negocio en cuanto a su operación, abarcando desde el contacto con el cliente, la contratación y la realización misma del evento, el manejo que de los aspectos contables se está llevando a cabo o se piensan manejar y los elementos de promoción y publicidad que hemos aplicado a la fecha, los resultados que los mismos nos han dado y las sugerencias que hemos recibido, así como la forma en la que se van a implementar las sugerencias que creemos más atractivas para la obtención de nuestros objetivos.

Cabe resaltar que todos estos elementos, a diferencia de los señalados en la parte anterior, son el reflejo práctico de las ideas que ya se mencionaron, por lo que se convierte en la parte objetiva y real de nuestro trabajo.

Este plan de acción nos permitirá entender más a detalle el negocio aquí señalado, y al mismo tiempo nos dará la pauta de analizarlo y encontrar las áreas a corregir para un mejor aprovechamiento de recursos y un mejor logro de las metas que a largo plazo se tienen, o en su defecto replantear las situaciones que no se ajusten a nuestra realidad y ajustarlas a esas necesidades.

Así mismo mostrará de forma superficial algunos de los plazos que se tienen marcados para realizar algunas ampliaciones y realizar algunos ajustes de operación que a la fecha se han observado.

Mecánica de operación del negocio

Aquí señalaremos de forma general la manera en la que opera el negocio desde que el cliente nos contacta (o nosotros lo hacemos) hasta que concluye el evento para el cual se llevó a cabo esa contratación:

- ✦ Nuestro contacto con los clientes es directo, ya que a través de la difusión de volantes en donde vienen anotados los paquetes aprovechamos y anotamos los números telefónicos en donde nos pueden contactar, teléfono en el que siempre hay una persona que se puede encargar de proporcionar la información que el cliente requiera y, que de ser necesario nos puede localizar, vía celular, para concertar una cita para dar información más detallada y que dependerá de las dudas e inquietudes que el cliente aún pueda tener de nuestro servicio.
- ✦ Ya sea que el cliente decida visitar el lugar en donde tenemos guardado el mobiliario que utilizamos para nuestra actividad o que prefiera que lo visitemos en su domicilio o en el lugar que él designe, proseguimos a mostrarle las características de cada uno de nuestros paquetes, enfatizando las diferencias entre uno y otro y mostrando algunas fotografías que hemos tomado hasta la fecha para que el cliente tenga una idea más clara de lo que le estamos presentando. De hecho se está elaborando una especie de catalogo que nos pueda servir de referencia para apoyar nuestra labor al presentárselo al cliente.
- ✦ En caso de que nuestro cliente pregunte sobre algún elemento con el que no contemos (como atracciones adicionales que pueden incluir magos, payasos u otros) le hacemos ver que se lo podemos conseguir, de tal forma que no tenga necesidad de contratar en dos o tres lugares diferentes para completar el servicio que él requiere, (sin embargo se está analizando la factibilidad de esta situación, ya que el riesgo que conlleva el incluir elementos ajenos a nuestro negocio puede generar la pérdida de nuestra red de clientes).
- ✦ Si el cliente muestra incertidumbre para realizar su elección o si señala que tiene que evaluar entre varias opciones, se le solicitan sus datos para realizarle un par de llamadas posteriores, durante las cuales se le insiste para realizar su elección a favor nuestro y se le ofrecen algunos extras adicionales por el mismo precio. Si después de estas dos llamadas no se le logra convencer se le deja de llamar para no hostigarlo y se da casi por hecho la no elección por parte de él.

- + Si el cliente decide contratar nuestros servicios, ya sea desde un inicio o después de lo manejado en el punto anterior, se procede a llenar un formato realizado por nosotros y que en este caso funciona como una especie de contrato, en el cual se anotan las características del paquete que eligió, la fecha del evento, el lugar del evento, la hora del evento y además se le solicita un 50% de anticipo, el cual depende del paquete seleccionado.

- + Tres días antes de la fecha que se nos indique se procede a llamar al cliente para que con cualquier pretexto se confirmen los datos del evento que se tienen, principalmente hora y lugar por los posibles cambios que puedan presentarse.

- + El día del evento se llega con una hora de anticipación para colocar el mobiliario e instalar nuestro pequeño equipo de sonido en los lugares que se nos indique, los cuales pueden ir desde el patio de la casa del cliente hasta un parque, para lo cual nos prevenimos para solicitar los permisos correspondientes o para apartar el lugar que se nos señale. Antes de iniciar el evento y ya con todo montado se procede a recibir el 50% restante del paquete. En caso de cancelaciones se tiene contemplado cobrar desde un 20% hasta un 40% del costo del mismo, dependiendo de las actividades previas que se hayan tenido que realizar.

- + Ya en el evento se proceden a realizar juegos tradicionales para los niños como las sillas, la gallinita ciega, juegos de destreza y habilidad, etc, que permitan que los niños se mantengan entretenidos y participen de la alegría del momento. Ya sea que el paquete lo incluya o no, se procede a organizar la partida de la piñata y del pastel, así como a ayudar a repartir la comida preparada y los recuerdos del evento de acuerdo a las indicaciones que se nos den. Así mismo se ameniza la fiesta poniendo música infantil, nueva y de antaño.

- + Si el paquete incluye algún inflable o alguna animación adicional como un payaso, un mago, una botarga o títeres se procede también a preparar a los niños para que se entusiasmen de la actividad, y se vigila que la forma en la que se utilice el inflable sea la correcta y esto evite cualquier tipo de accidentes, y al mismo tiempo permitan que no se monopolice el mismo por unos cuantos niños.

- + Finalmente, y después de cuatro horas aproximadamente desde el inicio del evento, se procede a recoger el mobiliario y el equipo de sonido, así como los aditamentos

adicionales que se lleven. En caso de coincidir con el termino real de la fiesta se procura dejar todo lo más limpio posible.

- ✦ Se entregan folletos y se pide el llenado de un cuestionario en donde se puede evaluar nuestro servicio y nos dé referencia de nuestros aciertos y nuestros errores, así como recibir sugerencias y recomendaciones por parte de padres y niños.

- ✦ Se deja el lugar del evento y se procede a guardar el material utilizado.

Hasta el momento esta forma de trabajar nos ha dado resultado, aunque cabe señalar que han sido aún pocos los contratos que hemos tenido. La mayor parte de los eventos en los que hemos participado han sido de tipo familiar, sin embargo, nos ha servido para ajustar algunos aspectos y al mismo tiempo nos ha ayudado a darnos a conocer, ya que permiten que invitados especiales de esas fiestas se lleven la referencia de que nos pueden contratar y la forma en la que pueden llevarlo a cabo.

Cabe señalar que la mecánica de operación de las empresas que se dedican a ofrecer un servicio con estas características es muy similar entre sí. Las diferencias reales se dan en la calidad del mobiliario utilizado, la oportunidad de complacer al cliente con alguna característica adicional que él busque y la forma real en la que se proporciona el servicio final, lo cual genera la satisfacción o insatisfacción del cliente y el consumidor.

Manejo de aspectos contables

En un negocio que va empezando uno de los aspectos sobre los que hay que centrar buena parte de la atención es el manejo de los aspectos contables, ya que esto influirá en las perspectivas de desarrollo y crecimiento del negocio, así como en la rentabilidad del mismo. Por ello es importante implementar procesos que permitan tener un estricto control de las entradas y salidas de efectivo que sucedan. Asimismo, dependiendo de las condiciones que en materia fiscal y hacendaría tenga el negocio, servirá de referencia para el cálculo de los impuestos correspondientes, así como para las presentaciones que se requieran hacer en caso de necesitar algún tipo de financiamiento. En todo momento se debe llevar un control de gastos, apuntando la fecha, la cantidad y en qué se gastó el dinero; solo así sabrás que tipos de gastos debes reducir, posponer o evitar. Crea un sistema de archivo. Aunque a estas alturas el manejo de un sistema completo de contabilidad no es primordial para la empresa, las siguientes notas permitirán apresurar su implementación y obtener las ventajas que de una buena organización contable se pueden obtener.

En muchas ocasiones, en las empresas se pierden de vista algunos aspectos básicos de la contabilidad en relación con las distintas leyes fiscales, lo que comúnmente se conoce como contabilidad fiscal. Recordemos que la contabilidad, aparte de ser una herramienta importante para la toma de decisiones en las empresas, constituye la fuente de información para el pago de impuestos y, sobre la misma, existe una serie de obligaciones que es importante tomar en cuenta.

A continuación, te presentamos un resumen de los puntos más importantes referentes al Código Fiscal de la Federación, donde se indican las reglas a seguir sobre la contabilidad de las empresas.

Integración y Reglas de Contabilidad¹⁴

El Código Fiscal de la Federación señala, en su artículo 25, las reglas a seguir por las personas obligadas a llevar contabilidad. Señala que deberán llevarse los sistemas y registros contables que indique el Reglamento de este Código, el cual señala que en la contabilidad se debe identificar cada operación, acto o actividad y sus características, relacionándolas con la documentación comprobatoria. Anota que es importante que el empresario esté al pendiente de que la contabilidad va al día, no sólo por el hecho de ser obligación legal, sino por la importancia de tener la información disponible para la toma de decisiones en su negocio.

¹⁴ www.soyentrepreneur.com

En el mismo espacio, indica que el error que se comete regularmente por los microempresarios es que su contabilidad esté domiciliada en la oficina de su contador público, arriesgándose a ser sancionado por las autoridades. La contabilidad se integra por los comprobantes de ingreso, estados de cuenta bancarios, gastos, compras e inversiones, libros fiscales, libros sociales y los comprobantes de pago de impuestos.

Plazo para Conservar la Contabilidad¹⁵

El período para conservar la contabilidad y documentación para la extinción de las facultades de las autoridades fiscales y para el pago de recargos, disminuye de 10 a 5 años, producto de la reforma fiscal de 1998.

Observación: El plazo se corre a partir de la fecha en que se presenta la declaración anual. Ejemplo: una persona moral que presentó su declaración anual complementaria del ejercicio 1995 el 31 de Julio de 1996, deberá conservar su documentación hasta el 31 de Julio del 2005. En el caso de los comprobantes por pago de impuestos e inversiones en activos fijos, es importante conservar más allá del tiempo señalado en las disposiciones fiscales, por la importancia de esta documentación y por el hecho de que puede ser necesaria en una revisión futura o para el trámite de devolución o compensación de impuestos.

Facultades de Revisión, Sanciones y Multas¹⁶

Dentro de las facultades de revisión que tienen las autoridades fiscales es importante considerar que al momento de visitar a un contribuyente con una orden de auditoría la empresa debe poner a disposición de los auditores la contabilidad.

Impuesto Sobre la Renta (ISR)¹⁷

La Ley del Impuesto Sobre la Renta indica que las deducciones deberán cumplir con el requisito de estar debidamente registradas en contabilidad. Existen algunas deducciones fiscales no contables, esto es que requieren un cálculo especial como son la depreciación fiscal o pérdida inflacionaria, para poder deducir estas partidas, deben registrarse en cuentas de orden los resultados

¹⁵ www.soyentrepreneur.com

¹⁶ www.soyentrepreneur.com

¹⁷ www.soyentrepreneur.com

de los cálculos fiscales anuales, para que en caso de ser sujetos de revisión no sean partidas rechazadas por los auditores.

Impuesto al Valor Agregado (IVA)¹⁸

También en la Ley del IVA se indican algunas obligaciones especiales, como es el hecho de que en la contabilidad se separen los actos o actividades que generen el pago de este impuesto, de aquellos que queden libres de esta obligación.

Si una empresa tiene ingresos a la tasa del 15 y por ciento y no registra en forma separada los ingresos, puede utilizarse subcuentas. De revisarse la contabilidad por el fisco, la empresa sería sancionada.

Hasta este momento los datos que tenemos considerando el tiempo de operación del negocio realmente son muy pobres, sin embargo el análisis de estos aspectos nos ha llevado a iniciar de manera simple un registro de todas nuestras entradas y salidas, de tal forma que podamos tener para este primer semestre del año un primer balance general en donde podamos observar el comportamiento que en ese sentido esta teniendo nuestra empresa.

¹⁸ www.soyentrepreneur.com

Promoción y publicidad

Un aspecto que en la actualidad juega un papel muy importante es el de la mercadotecnia que se le puede aplicar al negocio para que este atraiga a una mayor cantidad de clientes. Actualmente podemos enlazar a la mercadotecnia con gastos excesivos que posiblemente no traigan los resultados que se esperan, sin embargo el análisis de algunos puntos importantes como el nombre del negocio y los medios de transmisión de la información pueden darnos la pauta para obtener buenos resultados sin realizar inversiones ostentosas. Todo esto enfocado a tener una identidad corporativa que permita su ampliación y crecimiento en el mediano y largo plazo. Aunque esto pudiera ser una misión sumamente complicada debe ser uno de los puntos relevantes dentro de nuestro plan de mercadotecnia. Y aunque efectivamente tiene un amplio grado de dificultad muchos microempresario, por lo menos en zonas muy definidas, lo consiguen.

¿Qué es la identidad corporativa?¹⁹

El término se refiere a aquello que te hace pensar inmediatamente en una marca o compañía, lo que es más, sabes exactamente qué productos y servicios puedes esperar de ella en cualquier parte del mundo. La identidad corporativa no es una cosa, logotipo o nombre. Estos son simplemente elementos que se utilizan para comunicar la identidad al mundo exterior.

Básicamente debe:

- **crear reconocimiento** y lealtad entre los clientes
- **comunicar valores** y el acercamiento especial que le das al negocio
- **establecer un parámetro** para seguir metas
- darle a tus empleados un **sentido de pertenencia**.

Es **importante para una compañía joven**, ya que es una inversión a futuro, que se reflejará en tu credibilidad, profesionalismo, y te ayudará a darte a conocer en el mercado. Desde el punto de vista operativo, la identidad también te otorga un sentido de dirección al detallarte cuanto quieres que tu compañía se expanda, y sirve como una guía para tus empleados ya que llegará el momento en que no puedas fijarte en cada pequeño detalle. Para crear una identidad corporativa debes:

¹⁹ www.soyentrepreneur.com

- Tener un entendimiento claro de tu empresa en el mercado.
- Determinar la situación ideal que quieres para tu empresa .

La importancia del nombre en tu negocio²⁰

Para algunas personas es una tarea fácil, mientras que para otras es un gran reto para el cual es necesario estimular la creatividad.

Existen tres tendencias básicas:

1. algunos insisten en que el nombre del negocio debe ser descriptivo del mismo.
2. otros aseguran que lo más importante es que sea "único"
3. por último, hay quienes dicen que tienes que dejarte llevar por tu "voz interna"

Cualquiera que escojas, siempre debe "sentirse" bien. Tu serás el único que vivas con el nombre de tu negocio día a día. Si esto falla, existen empresas especializadas disponibles que te ayudarán a encontrar el nombre correcto y hasta te proveerán de una "branding image" o imagen de producto. Si decides tomar esta ruta, es importante que le describas perfectamente a la persona que te atienda el concepto con el que quieres ser percibido.

Tómate un tiempo para pensar en los componentes críticos del nombre que deseas antes de acercarte a esta empresa. Siempre debes anteponer tu estilo y requerimientos a "lo que se ve bien". Otra parte importante es diseñar el logotipo de tu empresa, que también te puede diseñar el que te haga la imagen corporativa.

Los niños y la mercadotecnia que se puede aplicar²¹

Vender productos y servicios a los niños o enfocado a ellos puede parecer tarea sencilla, pero no es así. El niño, como nuevo consumidor, más exigente y complejo, demanda una atención especial en materia de publicidad y promociones. Y, cualquiera que sea el producto o servicio a vender, es importante buscar tanto los canales adecuados para transmitir la comunicación, como la mejor manera de que estos mensajes alcancen un objetivo. Aunque el servicio del que estamos hablando aquí es completamente contratado por los papás de los niños hemos observado que los niños juegan un papel

²⁰ www.soyentrepreneur.com

²¹ www.soyentrepreneur.com

especial, al hacerles mención de algún evento anterior o de algún lugar visitado con anterioridad, así como de la forma en la que el servicio fue proporcionado.

Según algunas investigaciones realizadas por diferentes agencias de publicidad han encontrado que la comunicación hacia los niños debía especializarse ya que es un mercado que bastante complicado, porque es un mercado que cambia constantemente. Hablar de "dinámico" es más allá de un cliché; los niños tienen una gran recepción hacia los mensajes, pero, al mismo tiempo, son muy críticos y no forzosamente porque reciben tu mensaje quiere decir que están aceptando tus conceptos o que les están gustando.

Para llegar a este mercado se pueden aplicar herramientas mercadológicas directas, que se utilizan para los adultos, como el correo directo, por ejemplo, recurso poco explotado en este segmento. Para que en un entorno de saturación de información el niño acepte un mensaje, éste debe resultar lo suficientemente relevante para el niño, pues de otro modo lo va a desechar con más facilidad de lo que un adulto desecha un mensaje no relevante para él.

El platicar con los niños y entender sus percepciones y sus gustos puede llevarnos a entender que medio será el más eficiente o de qué manera podemos tener un mayor impacto en ellos.

Experiencias y sugerencias encontradas²²

Sabemos que las situaciones manejadas dentro de un negocio no tendrán en ningún momento el impacto que causó en ese, sin embargo nos parece interesante hacer mención sobre un ejemplo encontrado en una revista con relación a la experiencia de un mago. De acuerdo a lo que él pudo experimentar se dio cuenta de que los siguientes pasos fueron relevantes en su éxito:

1. Invierta en tarjetas de presentación. Abogados, médicos y otros profesionistas cuentan con ellas; así también los magos. Las tarjetas son, además, una excelente herramienta de ventas. Dudley las reparte por todos lados, hasta entre los niños quienes luego las pasan a sus padres. "He recibido clientes de tarjetas que deposito en las máquinas expendedoras de chicles", dice.
2. Diseñe un folleto que pueda distribuir junto con sus tarjetas. No tiene que ser nada muy elaborado, dice Dudley. Solo asegúrese de que tenga una foto y una lista del tipo de funciones que realiza o las que puede realizar. Dudley prefiere no utilizar precios en sus folletos. "No se trata de asustar a la gente; especialmente cuando apenas estás iniciando tu carrera".

²² www.soyentrepreneur.com

3. Ponga su nombre en todo lo que use durante su show. Esto incluye desde el mantel, la ropa o los regalos que reparta durante su acto. "He visto muchos trucos de magia maravillosos, pero después, no logro recordar el nombre del mago", dice Dudley. El contar con su nombre en la mesa o en sus ropas o en su sombrero hará que no solo su acto aparezca en el video o la foto familiar: su nombre y su identidad estarán allí también.
4. Guarde cualquier recorte de periódico o revista que se refiera a usted. Con unos cuantos de estos podrá diseñar una especie de kit de prensa con las cuales acompañar su tarjeta y su folleto. También ayuda cuando otros reporteros llaman buscando escribir una historia.
5. Siempre muéstrese dispuesto a demostrar sus habilidades. Al final, un animador es siempre su propia promoción. "Nunca deberá decir a alguien que no puede realizar su magia ahora; que no cuenta con su equipo, etc. Levante una moneda, un papel, o lo que haya cerca de usted. Yo puedo hacer magia con, prácticamente, todo". Y esto es una cualidad que diferencia a un profesional de un tipo con un hobby de fin de semana.

De la misma manera es común encontrar información relacionada a la adecuada elaboración de folletos que puedan resultar mucho más atractivos y cumplan su objetivo con el cliente que lo lee. En ese sentido la siguiente información muestra parte de la información a la que nos estamos refiriendo.

"Los brochures, folletos o panfletos son una de las técnicas de marketing más utilizadas pero también son un recurso de ventas que con frecuencia se emplea erróneamente.

A menudo, una de las primeras cosas que hacen los pequeños negocios es gastar tiempo y recursos valiosos en la elaboración de un promo o volante con la esperanza de que cuando se lea, inspire al lector a llamar y contratar los servicios o a comprar los productos anunciados. Es aquí en donde ese desperdicio de tiempo y dinero empieza... pero no donde termina.

Las primeras dos preguntas que deberás plantearte acerca del uso de este material es, por supuesto, cuál es su propósito y qué apariencia debe tener; la segunda: para qué servirá, a quién se le entregará y cuando y cómo se repartirá.

La mayoría de las pequeñas empresas utilizan un brochure para listar los productos o servicios que ofrecen así como demostrar su experiencia. El elemento que por lo general aparece en la portada

es el nombre de la empresa. Quizá también incluya algunos gráficos cuya única función es romper con la monotonía de un diseño de puro texto.

Una vez que el lector entra en materia, generalmente encuentra un texto interminable formado por largos párrafos que lo obliga a disponer de mucho tiempo para leer y analizar lo que se le presenta sin obtener una ventaja considerable. En pocas palabras, hay muchas palabras pero ningún estímulo para leerlas.

El elemento más importante en cualquier pieza de ventas es resolver satisfactoriamente el primer punto con el que el lector se enfrenta: la portada. La única forma de persuadir a alguien para que lea un material de ventas es presentando, al principio, algo con lo que esa persona se sienta identificada. El hecho es que a nadie le interesa conocer el nombre de la empresa si antes no se siente atraído por el producto o servicio que ofrece. Y nadie se interesa en un producto o servicio hasta que encuentra el sentido de que lo quiere o necesita, y para qué lo requiere.

En lo que respecta al texto interior, mientras menos letras contenga, es mejor. Además, es conveniente que los párrafos sean cortos para permitir una lectura rápida. Es recomendable utilizar pocos signos de llamado (balas o bullets), una buena combinación en los colores y varios espacios en blanco (aire); todos estos elementos resaltarán el texto y facilitarán su lectura. Explicar el mensaje en pocos puntos, pero concisos y llamativos, es más efectivo que utilizar una serie de "explicacioncitas" débiles o varios incisos fuertes pero llenos de palabras inútiles."

Todo esto nos lleva a observar que no necesariamente se necesitaran grandes recursos para cumplir con el objetivo de llamar la atención de la gente. Más bien dependerá de una adecuada elaboración de los materiales publicitarios que se elaboren para poder cumplir el objetivo. Tomando en cuenta algunos de los consejos aquí mencionados creemos necesaria la elaboración de un logotipo que resulte atractivo al observarlo, lo cual nos lleva al hecho de mandarlo a hacer con un profesional del diseño. A partir de eso la tarea será encontrar la más mínima oportunidad para hacerlo llegar a los clientes, lo cual puede ir desde entregarlos en cada uno de los eventos hasta dejarlos colocados en los lugares en donde creamos pueden ser tomados por la gente.

Al mismo tiempo creemos factible colocar botargas contratadas en diversos puntos de la zona a atender, ya que se ha observado es un punto demasiado atractivo para los niños. Sin embargo este punto dependerá en gran medida de los recursos monetarios que se vayan teniendo una vez realizada la ampliación del mobiliario ya mencionada.

ESPACIOS

Pasando ahora a otro aspecto importante dentro de cualquier negocio, toca el turno hablar de las instalaciones del mismo. Para ello señalaremos las ventajas y las desventajas que ofrece un negocio con las características que nosotros manejamos con respecto a un negocio con instalaciones fijas.

Contar con el producto adecuado y realizar una investigación, probablemente son los puntos más importantes que hay que tomar en cuenta antes de iniciar cualquier negocio. Sin embargo, el éxito o fracaso de la comercialización de un producto o servicio también depende de que se realice en el lugar y momentos adecuados.

Saber en donde ubicarse y cual es la mejor temporada del año para abrir un negocio, varía en función del giro que cada persona o grupo de personas desee darle a su empresa. No obstante, el lugar se puede determinar a raíz de la correcta interpretación del estudio de mercado que con anticipación se realizó. El futuro empresario puede identificar en donde existe mayor probabilidad de demanda de su oferta para tratar de seleccionar en esa zona un lugar en donde establecerse.

Al escoger el lugar en donde establecerse se debe tomar en cuenta las posibilidades de acceso y comunicación que éste tenga, ya que sólo así podrá darse a conocer. En la mayor parte de los casos, la mejor zona está en función del giro del negocio. Sin embargo, la opción de arrendar o comprar un local nos ofrece una serie de ventajas y desventajas. Por un lado, la renta nos ofrece el beneficio de poder reducir el equivalente a la cuota mensual, mientras que la adquisición representa un activo fijo que implica el pago de impuestos correspondientes.

Instalaciones

De acuerdo a lo que hemos expuesto, la movilidad que implica nuestro negocio al sólo contar con mobiliario para los eventos señalados es amplia, aunque también implica una serie de desventajas que dependen de la percepción y la necesidad del cliente el cómo poder atacarlas.

Nuestro negocio con relación a los colocados de forma fija cuenta con el aspecto portátil que permite ubicarlo en el lugar que el cliente designe o crea más conveniente para sus eventos, y dependiendo del espacio que él tenga puede adecuarse a una mayor cantidad de elementos contratados. Los establecimientos encargados de manejar eventos infantiles son regularmente de tamaño reducido, adecuados pensando en los niños pero sin tomar en cuenta que llega a haber algunos adultos encargados de la supervisión del evento. Su capacidad es reducida, aunque esto realmente no implica un problema serio ya que la mayor de las veces son pocos los niños que acompañan al festejado.

Por otra parte queda el elemento de la ubicación, ya que mientras nuestros eventos permiten adecuarse al lugar designado por los papás, y el cual regularmente es su mismo domicilio, los lugares fijos implican la necesidad de buscarlo, ya que mientras algunos están en lugares bien colocados la mayor parte llegan a estar un tanto escondidos, con la desorientación de las personas que buscan el lugar. Otro elemento importante es el precio que manejan todos y cada uno de estos lugares, ya que se pueden encontrar lugares muy baratos pero que desafortunadamente dejan mucho que desear con respecto a lo que ofrecen y al servicio que proporcionan. Un buen lugar encargado de organizar este tipo de eventos maneja precios muy elevados, considerando el tipo de paquete que se escoge y la cantidad de elementos de entretenimiento que ofrece. Finalmente implican la necesidad de manejar horarios establecidos con anticipación y que de forma rigurosa deben cumplirse, ya que es común observar que estos lugares llegan a ofrecer hasta tres servicios en un mismo día. En nuestro caso, y a pesar del factor tiempo que ya está también preestablecido existe una mayor flexibilidad, dependiendo del lugar en donde se organice el evento, para poder estar un mayor tiempo dependiendo de las condiciones de ambiente del evento.

RECURSOS

Pasando ahora otro aspecto fundamental de nuestro servicio, tenemos los recursos que nosotros manejamos para poder ofrecer nuestro servicio. Es un elemento importante que debemos tomar en cuenta por que la mayor parte de las ocasiones la gente realiza sus decisiones de contratar un servicio de estos por el tipo de materiales que se ofrecen.

La mayor parte de las empresas fijas cuentan con una serie de accesorios especiales que los hacen atractivos, como lo son resbaladillas, inflables, alberca de pelotas, gusanos, columpios, etc. en este sentido una empresa como la nuestra no podría contar con todos y cada uno de estos elementos, ya que implicaría por una parte una inversión mayor a la contemplada y por otro lado nuestro elemento portátil se vería reducido, ya que implicaría de otro tipo de transportes para llevarlo a cabo, lo que terminaría encareciendo nuestro servicio y que también llevaría a que en muchas de las ocasiones no se contara con los espacios necesarios para poderlos montar.

Sin embargo esto no implica que no podamos tener presente lo importante que es encontrar algunos elementos que sin ser demasiado grandes nos permitan cumplir con nuestros objetivos de forma más completa y satisfactoria para nuestro cliente. De estas necesidades de nuevos materiales o la ampliación de algunos de ellos hablaremos más adelante.

De la misma forma es importante estudiar la posibilidad que implica el tener más de un contrato en un solo día, lo que en este momento sería imposible manejar pero que es un aspecto importante a evaluar. Aunque nuestra intención es ofrecer un servicio en el que nosotros mismos podamos estar presentes y pendientes de todo, no podemos perder de vista que el negar un servicio implicaría no satisfacer las expectativas de nuestros clientes e implicaría no cumplir con los objetivos planteados en un principio.

Equipo necesario adicional

Después de analizar las necesidades de un negocio con estas características hemos definido algunos de los elementos extras que para la realización de la labor se requieren. Esta labor se realizó a lo largo de dos meses de observación y búsqueda de todos estos elementos.

Todo esto lo podemos resumir en los siguientes puntos, aunque en algunos casos se obtuvieron otras sugerencias estas fueron las más representativas y las que más frecuentemente llamaron nuestra atención:

- ✓ Inflables en diferentes formas, aunque por los elementos de seguridad observados creemos más conveniente tener uno en forma de castillo o de casa, ya que las paredes que trae alrededor evitan que los niños se caigan y se lastimen, aunque obviamente están destinados a una cantidad limitada de niños a un mismo momento.
- ✓ Bricolines de forma circular o rectangular, con su respectiva red de protección a los lados, ya que nos parece un poco de mayor riesgo este bien mueble, sin embargo también resulta de los que más entretiene y llaman la atención de los niños.
- ✓ Sillas tipo monoblock de tamaño adecuado para niños y para papás, aunque cabe mencionar que este es uno de los mobiliarios con los que nosotros empezamos es necesario considerar una mayor cantidad de estas, por un lado para reponer las que se van maltratando como tener extras por los eventos de mayor capacidad que se pudieran tener. En este momento se tiene 30 chicas y 30 grandes.
- ✓ Mesas tipo infantil decoradas, las cuales se complementan con el comentario hecho en el punto anterior de las sillas.
- ✓ Material decorativo para las paredes, ya sea de unicel (que no se nos hace tan práctico) o de tela, todo esto con el fin de darle mayor decoración al punto de la reunión.
- ✓ Balones de fútbol y de basquetbol, así como pequeñas porterías y canastas, ya que esto permite realizar juegos que salen de lo tradicional. Inclusive se está observando que los juegos de video son una de las máximas atracciones, aunque no en todos los casos se podría llevar a cabo la instalación de los mismos.

- ✓ Y obviamente considerar la posibilidad de comprar en mayores volúmenes juguetes dulces, globos, platos cucharas, etc. que son los materiales que regularmente se utilizan en cada evento pero que hasta este momento se van adquiriendo conforme se contrata cada fiesta infantil.

En este momento seguimos observando el gusto de los niños en este sentido, ya que en caso de observar que les llama la atención algún otro aditamento se tomaría en consideración.

Costo del proyecto de expansion

Después de mencionar los elementos que se han observado como de mayor interés para los niños podemos señalar el costo que todo esto implica, para tener una idea de la inversión que se tendrá que realizar, sin embargo, a pesar de que el costo es elevado estamos convencidos de que la inclusión de todos estos elementos nos permitirá ofrecer el servicio que desde nuestra misión nos estamos comprometiendo a ofrecer.

Asimismo, y aunque nuestra intención nos es ofrecer más de dos eventos en un día y al mismo tiempo, sabremos que tendríamos las opciones que se adaptarían perfectamente a lo que el cliente quisiera, sin permitirle pensar en otras opciones.

✓ 2 inflables	\$8,000.00 c/u	\$16,000.00
✓ 2 brincolines	\$2,500.00 c/u	\$5,000.00
✓ 50 sillas monoblock chicas	\$50.00 c/u	\$2,500.00
✓ 30 sillas monoblock grandes	\$75.00 c/u	\$2,250.00
✓ 10 mesas infantiles	\$100.00 c/u	\$1,000.00
✓ material decorativo	variable	\$1,000.00
✓ 3 balones de fútbol	\$50.00 c/u	\$150.00
✓ 3 balones de basquetbol	\$50 c/u	\$150.00
✓ 4 porterías chicas	\$100.00 c/u	\$400.00
✓ 4 canastas chicas	\$150.00 c/u	\$600.00
✓ 4 playstation	\$1,500.00 c/u	\$6,000.00
✓ discos varios de video y música	variable	\$1,000.00

		\$36,150.00

Afortunadamente ya tenemos una camioneta que se utiliza para transportar el equipo con el que contamos, y que al mismo tiempo nos permitiría desplazar todo estos elementos extras sin ningún problema, lo que nos quita hasta cierto punto la presión que esto implica, sin embargo tenemos que considerar dentro de los gastos regulares el mantenimiento, tanto de la camioneta como del mobiliario que lo necesite.

Tiempos y plazos de ampliación

Para que un objetivo llegue a cumplirse deben establecerse ciertas metas en tiempo que deben tratar de llevarse a cabo, esto no es sencillo ya que implica considerar una serie de elementos que haga esos objetivos alcanzables y no frustre las intenciones que se pudieran llegar a tener.

En ese sentido a nosotros nos ha quedado muy claro desde un principio la importancia de montar nuestro negocio y equiparlo para que resulte competitivo y cumpla con los objetivos de satisfacer las necesidades de nuestros clientes como de permitirnos poder tener dividendos suficientes para nosotros.

Para obtenerlo y de acuerdo a lo que ya hemos analizado, necesitamos primero que nada el equiparlo con la mayor parte de los elementos que ya se señalaron. La inversión en ese sentido es grande sin embargo estamos reinvertiendo todas las utilidades que se obtienen de los eventos a los que hemos asistido.

Esto nos ha permitido plantear como objetivo principal el equipamiento de nuestro negocio en 9 meses, ya que aunque hemos considerado la opción del financiamiento preferimos manejarlo de esta manera. Asimismo y después del logro de ese primer objetivo nuestra meta es que en otros 9 meses el negocio tenga cierto reconocimiento en la zona que estamos destinando nosotros para llevarlo a cabo.

Aunque en un principio pareciera mucho tiempo creemos será el necesario para cumplir con los dos objetivos planteados. Al menos hasta este momento las condiciones nos hacen vislumbrar el logro de estos objetivos en esos plazos. Aunque esperamos lograrlo en un menor tiempo y no en mayor. Ya que el plazo mencionado considera un colchón de tiempo suficiente para su obtención.

ESCENARIOS DE UBICACIÓN DEL NEGOCIO

Es importante señalar los escenarios en donde podemos ubicar a nuestro negocio y las ventajas y desventajas que el mismo puede ofrecer en ese sentido:

Debemos tener primero identificado que para el tipo de negocio que nosotros manejamos y el servicio que podemos ofrecer nos encontramos con dos alternativas:

- ✓ La primera en la que debemos considerar que el servicio se puede ofrecer contando con todos los elementos que el contratante pudiera solicitar, entre los que destaca el espacio físico o el local a donde él pudiera llegar y disfrutar de su evento, y obviamente considerando el acondicionamiento que para los mismos pudiera tener.
- ✓ La segunda opción que es en la que nosotros estamos trabajando, en la que el espacio físico puede ser variable, y que puede ir desde el domicilio del contratante hasta lugares alternos como parques y clubes deportivos.

Cada uno de estos tiene sus ventajas y sus desventajas:

- ✓ El primero por ejemplo tiene la problemática del desplazamiento que para el contratante origina, de la posible limitante sobre la capacidad del lugar, la dificultad vial sobre el lugar en el que se encuentre (que se ha podido observar que en buena parte se encuentran en zonas de mediano a alto desplazamiento vial) y uno de los más importante que es el precio que estos manejan, ya que se elevan considerablemente considerando la renta del inmobiliario y del local. Asimismo pueden llegar a tener una buena variedad de accesorios para llamar la atención y entretener a los niños.
- ✓ El segundo ofrece la ventaja de la flexibilidad que para la mayor parte de las opciones que el cliente pudiera manejar se contemplan. Puede ajustarse perfectamente a cuestiones de espacio y de recursos económicos, lo que permite al contratante ir seleccionando los elementos que la crea conveniente de acuerdo a esos dos elementos.

Pero pasemos a ver un poco más en detalle a que nos referimos cuando hablamos de los escenarios que pueden resultar de las dos variables comentadas: espacios y recursos. De acuerdo a diferentes observaciones podemos vislumbrar cinco posibles escenarios que se pueden presentar con respecto al contratante en este caso:

ESPACIOS	RECURSOS
Suficientes	Suficientes
Reducidos	Suficientes
Suficientes	Reducidos
Reducidos	Reducidos
Alternos	Suficientes o reducidos

Cada uno de estos ofrece una serie de alternativas que en el caso de uno y otro negocios dará la pauta para el éxito que obtengan al captar la atención de sus clientes.

El primer escenario en el que el contratante puede contar con espacios suficientes y sus recursos económicos también lo son es tal vez el que menor seguridad nos representa, ya que la decisión depende un tanto del gusto por parte del contratante que de otra situación que lo limite a tomar una decisión para tal o cual servicio. Por un lado puede tener el espacio suficiente como para llevar a cabo el evento en su domicilio sin ningún problema, aunque su incertidumbre puede estar el hecho del desorden que puede quedar una vez terminado el evento (que en nuestro caso ayudamos a dejar lo mejor recogido posible). Al mismo tiempo tiene la opción de contratar un local con todos los servicios que el mismo le pudiera ofrecer y en ese sentido el costo no implicaría ningún problema para él, ya que cuenta con recursos suficiente. Aunque como opción es interesante no es particularmente nuestro foco de clientes principales.

El segundo escenario es aquel en el que se presenta que el contratante dispone de suficientes recursos, pero que sus espacios son limitados. En este sentido aunque puede disponer de espacios alternos el contratante es muy probable que se incline en su mayor parte por la renta de un local con los servicios necesarios para su evento. Obviamente se puede dar el caso de que al proponer espacios alternos que le resulten atractivos pueda inclinarse por nuestra opción, sin embargo la posibilidad se reduce, aunque la flexibilidad de nuestro servicio permite tenerlo en cuenta.

El tercer escenario es aquel en el que se dispone de espacios suficientes pero que los recursos del contratante son reducidos. Al hablar anteriormente de las ventajas que en precio implica nuestro negocio este es uno de nuestros nichos principales, ya que permite armar paquetes que incluyan los elementos que el contratante considere necesarios para su evento, de tal forma que no se salgan del presupuesto que él tiene previsto. Considerando una diferencia mínima del doble en el precio, resulta una solución interesante para él, con las ventajas adicionales de que el pago se puede diferir en las partes que él crea convenientes desde el momento de la contratación y hasta la fecha del evento.

El cuarto escenario es aquel en el que tanto los espacios como los recursos son reducidos, lo que implica forzosamente la búsqueda de lugares alternos para la realización del evento, por un lado, y manejar un proceso de pago posiblemente diferido como en el caso anterior, así como del armado de paquetes que puedan incluir una menor cantidad de elementos. Es obvio que el precio por rentar o contratar una parte del equipo no va a ser el mismo que si se contrata un paquete más completo, sin embargo nuevamente hablemos de la flexibilidad que en ese sentido nos brinda nuestra opción.

El ultimo escenario es aquel en el que el contratante, independientemente de contar con los espacios necesarios, o en su defecto a lo mejor no contar con ellos, o tal vez orillado por cuestiones de distancia en la que él pueda vivir en un punto de la ciudad y sus familiares en el punto contrario, desea invariablemente que el evento se lleve a cabo en lugares alternos, lo cual implica el poder sugerir por una parte lugares que le puedan resultar atractivos, o ver si las opciones que él propone son viables, visitando el lugar del evento para checar todo lo referente a ubicación, permisos, facilidad de instalación, etc. aunque ya se había tocado en algunos de los escenarios anteriores lo relacionado a espacios alternos, esta opción resulta importante observarla, ya que implica el tener cierto conocimiento de la ubicación de parques en otras partes de la ciudad, para poder ofrecer opciones al cliente, y aunque él pudiera solicitar determinado lugar, comentar con él la viabilidad del mismo.

Sin lugar a dudas como podemos observar el punto del pago en los casos en los que el contratante dispone de recursos limitados nos ha puesto a pensar en otras opciones que permitan que el contratante piense que no tenemos la opción adecuada para él. Es así que se esta pensando en algún método mediante el cual podamos llevar a cabo el evento teniendo ya el 75% del costo total del mismo, de tal forma que el resto se pueda ir pagando en un plazo no mayor a un mes. Tenemos que analizar cual es la forma en la que podríamos amarrar que el pago se llevara a cabo, por lo que de momento solo queda como una alternativa de solución al problema ya expuesto.

Al mismo tiempo surge otra interrogante que es importante comentar: la probabilidad de la simultaneidad que podamos tener con nuestro inmobiliario. Hasta este momento ha quedado claro que el equipo con el que se cuenta es el básico para un negocio con estas características. Asimismo se ha comentado la idea del desarrollo y crecimiento que pretendemos manejar para el mismo. Sin embargo desde nuestra perspectiva hemos considerado como un máximo de atención simultanea a dos eventos. El proyecto de expansión así lo considera y en ese sentido, y de acuerdo a la demanda que hemos observado para este tipo de servicios (la cual se incrementa un poco en el mes de abril y fuera de él se mantiene muy variable) creemos que es lo adecuado, ya que pensando en los costos que puede implicar los podría elevar considerablemente y esto reduciría nuestro margen de utilidad.

PREVENCIONES

Uno de los últimos factores a considerar en este trabajo es la incertidumbre que genera el enfrentar situaciones que no están contempladas por nosotros, y que de alguna forma puedan poner en riesgo nuestro desempeño como empresa y nuestra imagen ante los clientes.

En alguna ocasión leí en un artículo un comentario que señalaba que los errores resultan divertidos cuando los cometen otros. Aprender de las fallas de otros puede resultar benéfico y puede en determinado momento evitarnos algunos dolores de cabeza. Sin embargo, estamos hablando de un negocio con características propias, lo cual nos hace pensar que la mayor parte de las eventualidades que se presenten será únicas también. Tal vez lo importante sería considerar las contingencias principales que se pueden presentar y cuales podrían ser las opciones de solución que se les podrán dar

Para nuestro caso podemos tener como ejemplos los siguientes, aunque cabe señalar que con el día a día pueden ir saliendo infinidad de estos y que la forma de afrontarlos nos dará la madurez como negocio y al mismo tiempo permitirán enfrentar situaciones adversas con mayor confianza y con la tranquilidad de poder sortear dichas dificultades.

- ✓ La camioneta se averiara, o no fuera suficiente para transportar los materiales de los eventos, o que dos eventos se presentaran de forma simultanea... Todo esto implicaría el considerar algún transporte alternativo, para lo cual tenemos contactados a tres posibles personas que podrían realizar el viaje, y aunque esto disminuiría nuestras utilidades permitiría presentarnos como un servidor muy responsable y cumplir con nuestros objetivos.
- ✓ Comienza a llover en un lugar al aire libre... En este caso sería complicado hacer algo, y salvo que el contratante cuente con algún espacio que permita movernos rápidamente hacia él, sería difícil colocar algo que nos proteja de la lluvia. Esto implicará que el evento se tenga que terminar. Sin embargo, aunque no queda a nuestro alcance corregir la situación si podemos ofrecerle al cliente (dependiendo de nuestros compromisos también), el poder proporcionar el servicio en una nueva fecha a acordar. El considerar algún tipo de carpa queda fuera de nuestros planes en este momento.
- ✓ Alguno de los inflables se poncha... Regularmente pueden trabajar con alguna grieta, aunque en caso de que sea demasiado grande se ofrecería algo extra, como juguetes y dulces para compensar en parte de situación.

- ✓ Algún niño con el ajetreo de la fiesta (principalmente en parque o lugares al aire libre) se accidenta levemente... Estamos considerando tomar un curso de primeros auxilios básico, aunque regularmente traemos un botiquín con productos de primera necesidad que podrían ayudar en el momento, ya que solo estamos considerando situaciones y accidentes muy ligeros.
- ✓ Se quemó alguno de las compresoras de aire de los inflables... Se está considerando desde este momento traer a la mano otra compresora de repuesto, la cual se adquirirá aunque sea de segunda mano pero que tenga el funcionamiento adecuado de tal forma que permita poder usarse en una emergencia. La misma situación se manejaría con el equipo de sonido y los consumibles que se utilizan para el evento.

Y en fin, podemos hablar de infinidad de situaciones que se nos pueden presentar, sin embargo, como ya se comentó, lo más importante son lo ases que se puedan tener bajo la manga, los cuales permitan salir del momento y poder distinguir al servicio como efectivo y satisfactorio en un 100%.

De la misma manera, se debe estar consciente de que para algunas situaciones no abra solución. Lo importante es aprender de la misma y evitar que se presenten. O en su defecto abra situaciones que necesitarían disponer de tiempo para resolverlas. Obviamente se podrán analizar y tomar en cuenta para que cuando se puedan volver a presentar ya tengamos la forma de evitarlos. Lo importante es que no decaiga el ánimo ante una situación que se enfrente y en la cual no se haya podido salir adelante, para que en una próxima se pueda triunfar.

COMENTARIOS FINALES

Como podemos ver, y como a lo largo del trabajo se comentó, la idea de emprender y manejar un negocio no es tarea fácil. Esto no implica que sean seres superdotados lo que pueden llevarlos a cabo. Solamente es cuestión de tener el firme propósito de hecharlo a andar, la fuerza para poder sortear los problemas iniciales, la sabiduría para aprender día a día de todas las situaciones que se van presentando hasta convertirte en un "viejo lobo de mar", y la convicción de que el éxito estará en función del empeño y dedicación que al mismo se dedique.

Y de la misma manera, un primer emprendimiento no implica que ese sea el negocio con el que vas a permanecer toda la vida, por el contrario, es el que te dará los elementos prácticos para enfrentar nuevos retos, ya que aparte de todo el emprendedor es una persona muy activa, a la que los nuevos retos lo llaman. Y obviamente implicará enfrentarlos con mayor preparación y conocimiento de causa, lo cual será un elemento de incalculable valor y que permitirá tener una gran ventaja sobre otras personas, situación que permitirá tener mayor probabilidades de éxito en el negocio.

Esto no es más que una muestra de lo que el conocimiento teórico, adquirido en las aulas de la universidad, y el conocimiento práctico, adquirido en el recorrer de varios trabajos y con la experiencia que te da el observar y el platicar con gente involucrada en algún tipo de negocio te da. Ojalá pueda algún día servir para motivar a algún nuevo empresario a decidirse. Que algunas de sus dudas puedan disiparse y pueda dar ese empuje final hacia un nuevo reto.