Casa abierta al tiempo
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD :	IZTAPALAPA
DIVISIÓN :	CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
CARRERA :	ADMINISTRACION
MATERIA :	SEMINARIO DE INVESTIGACION
TITULO :	EMPRENDEDORES
	PAPELERIA-FERRETERIA "MIO"
FECHA :	ABRIL 2000
ALUMNO:	CESAR ROJAS VICTORIA
MATRICULA :	95219193
ASESOR :	GUILLERMO JAVIER ROLANDO GARDUÑO VALERO

Introducción **2**

Planteamiento del Tema. **3**
Objetivo 4

¿QUÉ? **5**
Orígenes. Descripción del tipo de Negocio 5
Idea 10
En búsqueda del local 12
Apertura 14

¿POR QUÉ? **16**
¿Por qué un proyecto de investigación, sobre emprendedores, habiendo tantos otros temas interesantes y con muy buenas oportunidades de estudio? 16
¿Por qué una papelería-ferretería? 16
¿Por qué en el Estado de México? 18
¿Por qué un local fijo y no-uno ambulante? 20
¿Por donde empezar? 21

¿COMO? **25**
¿Cómo llevar a cabo un proyecto de emprendedores? 25
Primero se llevará a cabo un Estudio de Mercado 25
Análisis de la oferta 25
Expansión 27
Análisis de la demanda 28
Ingreso de la población 29
Análisis de los precios 30
Análisis de la comercialización 31
Definición del producto– descripción exacta de los productos. 32
Proyección 33
La demanda 33
La oferta. 34
Tradiciones y clima. 36
Clima 36

¿DONDE? **38**
Para determinar donde se localiza el negocio 38
Localización óptima del producto. 38
Ingeniería del proyecto 40
Estructura del Negocio 41
Distribución del Local 42
Distribución dentro del local 43
Seguridad y bienestar para el trabajador 48
Flexibilidad. 48
Organización del Recurso Humano 49

Conclusiones **50**

Análisis -breve del Anexo **52**

Bibliografía **54**

Dedicado con humildad y amor a aquellas personas que con su amistad, motivación e inspiración apoyaron la realización de ésta obra.

Familia Amigos Maestros

Y muy en especial a mis amigos incondicionales

Mis Padres

Introducción

Jamas sabemos de nuestras capacidades hasta que no las ponemos a prueba, un ejemplo de ello fue el compositor Francisco González Bocanegra, quien tuvo que ser encerrado para redactar las estrofas de lo que hoy es nuestro del Himno Nacional. Las líneas anteriores pretenden dar énfasis a la capacidad que todos tenemos pero que no sabemos que la poseemos.

Comenzar el desarrollo del presente trabajo, fue una labor algo más que compleja, ya que, es necesario tener definido por donde empezar, la sugerencia brindada por el asesor, fue por donde se tuviera más información. La estructura del trabajo, es sencilla primero se habla de qué, aquí se plantean situaciones que son la base, para el desarrollo del presente trabajo, sin estas bases o sin los elementos que aquí se plantean difícilmente se hubiese podido continuar. No se puede resolver un problema sin saber cuál es el problema, así mismo, no se puede desarrollar un trabajo sin saber, que tipo de trabajo se pretende desarrollar.

¿Por qué? Hace planteamientos específicos del tipo de proyecto, del proyecto en sí, de porqué de la selección del lugar y como es que se define entre un negocio fijo y uno ambulante. Además señala, la necesidad de tener un punto por donde empezar.

¿Cómo? En este capitulo se procura desarrollar paso a paso un estudio de Mercado, incluyendo diversos análisis, como son: de demanda, de oferta, del precio de los productos, de la forma de comercializar la mercancía. Este capitulo también incluye la proyección del negocio en tiempos venideros. En esta proyección se incluye a la demanda, la oferta, las tradiciones y el clima.

¿Dónde? Capitulo compuesto por un estudio Técnico, cuya finalidad es especificar la ubicación del negocio, cómo esta estructurado este, cual es la distribución física de capital fijo dentro del local, así como de la mercancía que aquí se vende.

Planteamiento del Tema.

Donde hay una empresa de éxito, alguien
tomó alguna vez una decisión valiente.
Peter Drucker[1].

Entre al seminario de emprendedores, por varias razones, una de ellas es que realmente estoy motivado con la idea de poner un negocio, otra es porque ya he trabajado para empresas, situación que no me ha dejado satisfecho ya que siempre sé está bajo presión, difícilmente permiten que las ideas de uno cobren vida y permitan un beneficio para la empresa, además de que la retribución es muy baja. Hay una razón más, tengo familiares que tienen su propio negocio y he visto como han aprovechado esa ventaja.

Escogí el negocio de Ferretería – Papelería porque en la zona donde lo pienso poner he observado una demanda actual y una demanda potencial, debido a que la zona se está poblando. Hay varios negocios de Ferretería e incluso de papelería, sin embargo, los negocios regularmente dan mala atención, carecen de producto y por lo regular el tiempo que tienen abierto el negocio es mínimo. Lo anterior sucede, porque lo que pretenden éstas personas es, solamente, sacar algo de dinero para comer, dejando ir la oportunidad de hacer negocio.

La información que yo recabe fue a través de encuestas directas, es decir, por lo regular no llevaba nada preparado, sin embargo cuestionaba a las personas acerca del tipo de negocio que pudiese hacer falta en el pueblo y zonas circunvecinas, por lo regular tenía una respuesta tajante "hace falta un negocio que este bien surtido, no importando de lo que sea", note cierto malestar, pero entendí porque, y es que en el pueblo hay varios negocios, incluso varios del mismo, pero ninguno de ellos esta surtido, al grado de hacer frente a la demanda potencial.

[1] Selecciones de Reader's Digest, "Citas Citables" pág. 59; Marzo 1996.

Actualmente no cuento con mucho capital, a decir verdad no tengo un centavo, pero he platicado con mi hermano acerca de poner el negocio y de contar con su apoyo, hasta el momento no he tenido objeciones y considero que el apoyo que él me puede proporcionar, sería suficiente como para poder comenzar. Además de lo anterior, en la casa se cuenta con un carro, mismo que de ser necesario pudiese venderse y con el dinero de éste poder financiar el inicio del negocio.

Una motivación adicional es la historia de un señor cerca de la casa, éste señor hace 25 años puso una tlapalería, comenzó realmente con muy poco, tuvo que hacer grandes sacrificios, trabajar en forma permanente, es decir, trabajar de Lunes a Domingo, todo el día, su esposa le tenía que ayudar, hubo ocasiones en que por pagar mercancía para el negocio se quedaban sin comer. Sin embargo, la época, el tiempo, la situación ha cambiado para su bien. Este señor del que habló, actualmente cuenta con 10 tlapalerías, 3 negocios de pintura, 3 carros de volteo y 5 casas. La idea de ésta anécdota es establecer el hecho, por supuesto que estoy consiente, de que es necesario hacer un gran esfuerzo así como un gran sacrificio, tener fe y espíritu de lograrlo, ya que no sólo basta con intentarlo, se requieren factores adicionales.

Objetivo

Lograr que a través de este seminario de emprendedores se desarrolle el negocio de papelería-ferretería, tratando de incorporar todos aquellos elementos aprendidos en la carrera.

Metas.

- alcanzar ventas de $500.00 semanales antes de los seis meses de apertura
- incrementar nuestras ventas 30% mensual, durante el siguiente año

Misión

Trascendencia a través del cambio.

¿QUÉ?

Las grandes obras se deben a la
perseverancia y no a la fuerza.
Samuel Johnson[ω]

Orígenes. Descripción del tipo de Negocio

Encontrar, por donde empezar, significa no sólo tener en claro por donde ***empezar,*** también significa tener la decisión de empezar. En virtud de lo anterior; comenzaré por lo que sería una investigación, es decir, sentar las bases que dieron origen a está tesina, que trata sobre emprendedores. Hay cantidad de descripciones acerca de lo que es un emprendedor. La definición que daré sólo describe aquella forma como yo percibo lo que es un emprendedor.

Emprendedor es aquella persona que esta lo suficientemente motivada como para realizar alguna actividad, sin que se le tenga que estar presionando o supervisado a fin de que la lleve a cabo, esto incluye a una persona con características muy particulares como pueden ser que tenga *iniciativa*, que sea *tenaz*, y que sea *capaz* de entender que aquello que realiza es sólo en su beneficio y (/o también) de quienes lo rodean. Cualquier persona puede ser emprendedora, siempre y cuando cuente con las características antes comentadas además de tener *liderazgo* y *libertad.* Liderazgo, porque si no se tiene jamas estará lo suficientemente motivado como para empezar una actividad ajena a lo que realiza actualmente y Libertad, porque mientras la persona no se reconozca como ser libre, siempre permanecerá dependiente de alguien o de algo. Una persona libre desde mi punto de vista es aquella persona que cuenta con una libertad interior, no hay barreras externas que permitan poner límites a la imaginación, a la creatividad, a la decisión y sobre todo a la acción.

Antes de pasar a la descripción del negocio será necesario hacer hincapié en como es que se solidifica la idea del mismo. Comenzare por cómo se formulo la idea.

[ω] Ibid, pág 100

Una vez que se comienza con seminario de investigación, todos los integrantes del mismo nos dimos a la tarea de definir lo que sería nuestro tema dentro de éste seminario. Sinceramente no fue complicado pero hubo circunstancias que, tanto el medio que nos rodeaba, como nuestras características y las personas que estaban alrededor que nos hacían pensar y reflexionar acerca de la decisión que debíamos de tomar. Dentro de la definición de emprendedor, hay una característica que es liderazgo, sin ésta característica, considero que no se hubiese tomado ninguna decisión. Pero según pude observar dentro de los integrantes del seminario. Todos tuvieron la capacidad de decisión acerca del tipo de negocio que se quería. Si se hubiese carecido de la característica ya mencionada jamas se hubiese tomado la decisión.

Una vez que se tomo la decisión, era necesario pensar en si se contaba con apoyo suficiente o no, o como es que la decisión del proyecto se pondría en práctica. Para poder llevar a cabo el proyecto, fui a pedir información a los bancos acerca de un préstamo, se me informo que era necesario que estuviese trabajando y que debería contar con bienes y raíces, francamente no poseía ninguna de las dos cosas, platique con algunos vecinos y amigos, y en general por no decir todos, estaban muy interesados en lo que sería mi proyecto, sin embargo, ninguno se animo a apoyarme económicamente, que era el apoyo que yo solicitaba.

De ninguna manera me sentí defraudado, pense que la situación era y es muy difícil y que por lo mismo nadie se arriesgaría a lo incierto. Cuando entendí que afuera de la casa no habría gran oportunidad para encontrar apoyo, platique con mi familia y un hermano me dijo que podría ayudarme siempre y cuando no fuera mucho lo que yo necesitaba. Por primera vez encontraba un si de apoyo y de inmediato me di a la tarea de investigar cual de los negocios que tenia en mente se pudiese poner en marcha a la brevedad posible. Para ser franco yo estaba muy entusiasmado con la idea de poner una ferretería y complementarla con una papelería. Al investigar los costos de la mercancía de ambos negocios me percate de que poner una ferretería requería de una inversión considerable, por lo menos de un capital con el que no podía contar por el

momento, por lo tanto tuve que decidirme por empezar por la papelería y complementarla con la ferretería más adelante. Del descubrimiento sobre los costos que realice, me sentí con la necesidad de informar a mi hermano sobre tal situación. A él le agrado la idea de la papelería y me dijo que comenzará a buscar los lugares donde se compraría la mercancía, y que buscará o preguntará si podía haber una cantidad mínima de inversión, éstos comentarios estaban por demás por que ya los había pensado.

Actividades dan origen al negocio.

Al decidir por donde empezar y al obtener un si como apoyo, tuve que comenzar por lo que es el proyecto de tesina, así que, enseguida se describen las primeras actividades que dan origen al negocio.

Lunes. Primero me dirigí a casas especializadas, es decir negocios que sólo se dedican a la venta de artículos específicos. Comencé por las de papelería, fui a las casas, pidiendo información sobre los principales artículos de venta, en algunas casas me dijeron que no se podía proporcionar tal información, hasta que encontré un par de casas que me informaron que lo que yo buscaba se llama cotización. A partir de ahí supe lo que andaba buscando. La primera casa que me proporcionó información fue Sigma. Aquí también se me informó que había diversas cotizaciones, unas eran – como era mi caso- para principiantes, había otras si es que se puede llamar intermedios y una tercera para expertos. Naturalmente pedí la de principiantes, se me indicó que tomaría algo de tiempo, por que la tendrían que elaborar, y este proceso consistía en hacer una lista de todos los artículos que venden, haciendo una consideración de diez piezas aproximadamente por cada uno de éstos. Estuve de acuerdo y esperé pacientemente, después de hora y media, la chica que me estaba atendiendo, se dirigió a mí y me dijo que iba a suspender por que tocaba hacer el corte de caja del negocio y que no se tardaría, media hora más tarde continuamos. Cuando comenzaba a desesperarme, la persona que me estaba atendiendo comentó que estaba por terminar

y que no me desesperara. Finalmente me entregó una lista, de cuatro hojas impresas en una impresora de matriz de punto, sé que esto no es relevante, pero apenas y era posible leer los artículos, dicha impresión contenía aproximadamente 450 artículos. Aunque sabía que era tarde – las siete de la noche – me dirigí a otros establecimientos solicitando una cotización, varios me dijeron que era política de la empresa no proporcionar estas cotizaciones. Me puse a pensar, como era posible que estos negocios trataran de vender, si su clientela potencial no tenía ni la más mínima idea de lo que vendían, como era mi caso, naturalmente. Escuche un comentario de uno de los responsables de un negocio, el comentario fue "piden una cotización, pierdes tú tu tiempo y finalmente no compran nada" dentro de mi pense con esa actitud, obviamente no compraría yo nada!.

Al siguiente día por la mañana (*martes*), me dirigí a la misma zona y trate de pedir cotizaciones, hubo personas que me dijeron que no sabían que eran, también hubo negocios en los que no se encontraba el responsable de las cotizaciones. En uno de los negocios me dijeron que la cotización llevaba algo de tiempo y que no las tenían preparadas que me la podían tener pero al día siguiente, por la premura del tiempo accedí a presentarme al día siguiente, por ese día, ya no pedí mas cotizaciones.

Miércoles, debido a la carga académica y al servicio social no fue posible presentarme, y no tenía medio para comunicarme con el negocio que me proporcionaría la cotización.

El día *jueves* por la tarde, me presente, pero todavía no tenían la cotización, Decidí no esperarlos más y me dirigí al siguiente negocio "Casa Marchand", lo mismo, fui informado, que la cotización la tendrían al día siguiente, sin embargo, me pidieron mi RFC, la dirección donde tenía el local, les informe que apenas lo iba a poner y que por eso necesitaba la cotización, me pidieron la dirección del RFC, les proporcione la de mi actual domicilio, les proporcione también el teléfono. Y finalmente me cuestionaron acerca de cual sería el monto de mi inversión. No supe que contestar y les pregunte que si había una cantidad mínima, Lo que se me dijo fue que se podría hacer una

cotización muy sencilla y que ésta dependía del monto de la inversión que podía ser de quinientos pesos en adelante. Entonces ya con conocimiento de causa, pedí una cotización sobre $10000.00. Me registraron en la computadora, se me extendió un papel que decía cotización monto $10000.00, tenía mi nombre y el nombre de quién me atendió, cuyo nombre no recuerdo. Pregunte, ¿Cómo sería la cotización? La persona responsable de la caja me contestó que se hacía una lista de los artículos que tenían mas demanda. Nuevamente pregunte si ¿En ésta lista hay un mínimo de piezas por artículo? No, fue la respuesta. La lista contiene una pieza por cada artículo. Me quede un poco intrigado, sabiendo que al siguiente día se resolverían mis dudas.

Viernes, por la tarde, después de una semana de indagatorias al fin tendría, apenas, una segunda cotización. Cuando me encontraba en el lugar, pregunte por una cotización y proporcione aquel papel que poseía desde mi primera visita. Dos minutos más tarde se me extendió un folder color rosa, digo esto porque yo no llevaba otro objeto, no es que no me guste él rosa, simplemente que creo que el color no iba conmigo, en fin, éste folder contenía once hojas impresas con los artículos que según casa Marchand tienen más demanda, la lista se me hizo interminable, pero cada hoja contenía aproximadamente 30 renglones, inmediatamente dirigí mi atención hacia la ultima página, no estaba completa, pero ésta contenía el total, es decir, la sumatoria en productos y en precio, además del iva, de acuerdo al monto.

La lista estaba estructurada de la siguiente manera, la primera columna decía cantidad de producto en toda la lista aparecía 1; la segunda columna, decía clave, esta es importante porque es el orden en que aparecían los productos; la tercera columna decía, nombre – del artículo-; la cuarta columna decía cantidad, en esta columna se especificaba sí el articulo venía en paquete, en bolsa, en caja, y además cuantas piezas contenía este, regularmente era uno, empero otros decía 10 o 100 que fueron los más comunes, aunque también había de 12 de 24 y otros, La quinta columna decía precio, y realmente estaba el precio por pieza de cada artículo. La sexta columna decía iva, empero ningún renglón tenía alguna cantidad; la ultima columna decía precio y aquí

aparecía el precio por paquete, bolsa, caja o unidad, según fuese el caso. Al final de la lista había una Suma, en la que se incluía el Total; en la última columna, aparecía otra cantidad que expresaba el iva y un Total, que era superior a los Ocho mil pesos. Quedé ligeramente atónito por la cantidad, ya que era solamente una pieza de cada articulo. Comprando 5 o 10 piezas de cada artículo la cantidad se incrementaría enormemente. Aquella tarde me retire del negocio dando las gracias, y muy pensativo debido a lo que me imagine sería una cantidad difícil de conseguir, puesto que mi hermano, si estaba en posibilidades de ayudarme con cierta cantidad, pero según habíamos acordado no podría ser mas de $15000.00.

Idea

¿Sabes de alguien a quién te gustaría cambiar, controlar
y mejorar? ¿ Por qué no comenzar por uno mismo?
Dale Carnegie[Ω].

Un poco desconcertado, por el monto que implicaba la última cotización, estuve casi sin ideas durante algunos días. Después de una semana reaccione y verifique las dos cotizaciones que tenía conmigo. La primera decía al final 450 artículos y el monto era de $5,800. La segunda decía $8,800.00 y 327 artículos. Las estuve analizando por un par de horas, hasta que descubrí cual de ambas cotizaciones tenía precios más bajo, en apariencia Marchand, los tenía, sin embargo sus precios no contenían el iva, lo siguiente que hice fue sumar el iva a cada producto de la lista. La cotización que me proporcionó Sigma, tenía menos columnas, en una aparecía cantidad; aquí se encontraba él numero de piezas por articulo; luego aparecía la de nombre, después la de clave; precio – que contenía ya el iva -; iva señalando en cada renglón 15% y finalmente Monto, ésta columna representaba el total de una multiplicación, lo que aparecía en la primera columna por lo que aparecía en la en la que decía precio. Una vez que tuve los precios con iva de la segunda cotización los verifique con los de la primera cotización, y efectivamente eran más bajos, quizá no con mucho, en algunos artículos la diferencia era de 5 o diez centavos, pero en algunos artículos la diferencia

era en pesos, cuando hice él calculo por 10 piezas por articulo, casi el 70% de los productos era más económico en Casa Marchand. Lo que sí pude observar es que había muchos artículos en ambas cotizaciones que se repetían, no porque hubiese algún error en las cotizaciones, más bien obedecía a la diversidad de empresas que producen un mismo articulo. Por ejemplo: Pegamento blanco de 30grs. había tres o cuatro renglones con este producto. En virtud de lo anterior me di a la tarea de considerar sólo un artículo, la lista disminuyó a tan sólo 257 artículos, cuyo monto ascendía a cerca de $12000.00 a esta cantidad faltaba incorporar material didáctico que son las monografías, biografías, relieves –que son artículos del tamaño de la biografía, pero que contiene cosas diversas como son animales, plantas, insectos entre otros, las banderas de los países, etc.-.

Una vez descubierto lo anterior, me dirigí a Pino Suárez, caminé por la calle de Mesones y empece a buscar negocios que se dedicaran a la venta de material didáctico, encontré más de uno y comparando los precios casi todos los negocios manejan el mismo. Pregunte por una cotización más o menos completa y el monto ascendía a $7000.00, no quede conforme y comencé a hablar de mis planes, se me informo que podía adquirir por el momento una cuantas monografías y biografías así como relieves que fueran los de mayor demanda o comprar solo aquellos del mes, de plano me quede igual. Lo que sí me quedo claro fue que el monto se reducía considerablemente optando por alguna de las opciones, es decir me podían armar un paquete desde la cantidad que yo quisiera, ésta parte realmente me interesó, entonces fui advertido que si yo compraba un monto superior a $600.00 podía obtener en principio un descuento del 10% que se integraría en material; si compraba $1200.00, obtendría un descuento del 15% y entre más aumentara la cantidad mayor sería el descuento. La persona que me estaba atendiendo percibió mi interés y me dijo que el paquete lo podía armar con artículos de mayor demanda y con artículos de temporada, la temporada correspondía a artículos que regularmente se venden en el mes, una vez comprendido esto, mi

[1] How to win Friends and influence People. "If you want to gather honey don´t kick over the beehive" Pocket books. pág. 13

decisión fue invertir $1200.00 que no tenía en ese momento pero pudiesen indicar el inicio de la inversión en este rubro.

En búsqueda del local

Las personas que no saben a donde quieren ir,
por lo común acaban por no ir a ninguna parte.
Og Mandino[Ω].

Simultáneamente estuve buscando el local, llegue a considerar la ciudad de México, para la apertura del negocio, sin embargo los precios de la renta me desanimaron por completo, además de la extensa competencia que aquí se da. Recurrí al ***Estado de México***, en el ***municipio de Metepec, cerca de la ciudad de Toluca***. En un pueblo que lleva por nombre san Juan Tilapa, aquí me encontré con muy poca demanda y con exceso de oferta. El pueblo sólo cuenta con una primaria y con cinco papelerías, y cinco ferreterías. Hay un proyecto de apertura de secundaria, pero no creo que sea en un corto plazo. Después fui a un pueblo cercano que es ***Santiago Tlacotepec***, En este pueblo hay una demanda saturada no satisfecha es decir podía poner otro negocio ya fuese de papelería o ferretería. Estuve buscando lugares, encontré que muchas casas cuentan con locales, pero estos están sin terminar. Finalmente una prima me dio aviso sobre un local que está sobre la avenida principal, lo fui a ver y me pareció adecuado, aunque muy amplio y frió, en su interior estaba sucio, la persona responsable me advirtió que se podía limpiar cuando fuese necesario, anteriormente éste local había sido ocupado como carnicería, pero con una pintada quedaría muy bien. Advertí al propietario que yo no tenía inconveniente en quedarme ahí pero que sí era necesario que el local se encontrase en condiciones apropiadas. Busque otros locales cerca de la Secundaria pero por un lado, ninguno estaba terminado y por otro la ubicación no la consideraba propicia para el negocio. Finalmente di con un local muy cerca de la avenida principal en una zona muy transitada, éste local estaba sin terminar al igual que otros, pero la dueña me dijo que lo tendría terminado en una semana. La renta se me hizo apropiada y decidí que ese podría ser el lugar adecuado, además contaba con

[Ω] La Universidad del Éxito "Cómo hacerse cargo de su propia vida"; pág. 317

la palabra de la dueña de que el local estaría disponible muy pronto. Para sorpresa mía el local no se termino e una semana sino en cuatro.

Cabe destacar quede acuerdo a la formalidad de nuestra primera platica lo siguiente que hice después de ésta fue comprar la mercancía, pero una vez comprada ésta no hubo donde colocarla porque el local todavía no estaba disponible, por sí esto fuese poco no contaba con anaqueles para colocar la mercancía, recientemente había adquirido una vitrina, pero esta estaba sin pintar y sin vidrios, en los días en los que estaría el local disponible, busque precios sobre anaqueles, (fui advertido por una de mis primas del pueblo de Santiago Tlacotepec que había vendedores de anaqueles por la región, así que le deje el dinero para que cuando los viera, si el costo era inferior a $250 comprase 4) y los más económicos estaban aquí en la ciudad de México a $240 c/u, en la Ciudad de Toluca el costo era de casi el doble $380 y más, sólo había un inconveniente, cómo los iba a trasladar hasta el local, el inconveniente surge porque (los postes de) los anaqueles medían 2.40 mts., y por su tamaño no cabrían en un taxi, tampoco en un microbús y no había una ruta (ninguna ruta o salvo con tres transbordos) cómoda en el transporte de autobús, además de considerar la incomodidad de cargar los anaqueles. Cuando ya había identificado el lugar donde adquirir los anaqueles y como serían transportados éstos, surgió un incidente digno de comentar; me dirigía al pueblo de Santiago Tlacotepec cuando vi una camioneta de 3 y 1/2 tons., que estaban vendiendo anaqueles en un pueblo cercano que se llama Capultitlán, sin pensarlo me baje del autobús y fui a preguntar por el costo de los anaqueles – cabe hacer mención de que no llevaba efectivo en aquella ocasión -, el costo era igual al que yo había conseguido en la Ciudad de México, contando con la ventaja de que en estos lugares se puede negociar, después de unos minutos conseguí un precio estupendo – casi la mitad de lo que yo hubiese pagado en la ciudad de México, además sin costo de flete, porque me los podían llevar hasta el local. Tenía en mente comprar 4 anaqueles, con esta suerte, si se puede llamar así, me decidí a comprar seis. ¡ah! Recordemos que no tenía efectivo, sin importar este pequeño incidente hice el trato, bajo la advertencia de que pagaría cuando recibiese los

anaqueles. Una vez terminada la negociación, me dirigí al pueblo fui a ver a mi prima, pero no se encontraba, quién me dio esta información también me dijo que la dueña del local que yo iba a rentar había solicitado un anticipo de la renta y que le habían dado el dinero destinado a la compra de los anaqueles, la solución era conseguir el dinero, por fortuna, los vendedores de anaqueles dijeron que llegarían en unas cuatro horas, así que éste sería el tiempo que tenía para conseguir el dinero, fui a ver a otros familiares, pero ninguno se encontraba, ya que era jueves en la tarde y la mayoría todavía no regresaba de trabajar, cuando disponía solo de treinta minutos para conseguir el dinero apareció la prima a la que yo le había dejado con anterioridad cierto capital, con éste propósito. Una vez que me vio su primera reacción fue la de decirme acerca de la camioneta que estaba vendiendo anaqueles en un pueblo cercano y de que ya había hecho el pedido de los anaqueles, obviamente me comento lo del anticipo de la renta y me dijo que si necesitaba ella me prestaría para comprar los anaqueles, ¡por fin respire con alivio! Por lo que sucedió después, pienso que los vendedores imaginaron hacia donde eran los anaqueles y no dieron a mi prima la importancia que correspondía, puesto que el precio que a ella le ofrecieron fue superior al que yo había logrado obtener. Una vez comprada la mercancía, los anaqueles y maquillada la vitrina era necesario obtener el local y como este no se había dado tome la decisión de cambiarlo fue entonces cuando la dueña me informó que faltaban unos cuantos detalles, peor que si quería podía comenzar y así lo hice.

Apertura

El camino hacia la felicidad, no va de los demás hacia ti, sino de ti hacia los demás.
Abad Michel Quoist[Ω].

Finalmente llego el día de la apertura que fue el 22 de Diciembre de 1999. Tuve que hacer algunas diligencias por la mañana, así que abrí en la tarde, no como un negocio en forma estaba los anaqueles y la vitrina vacíos y la mercancía en cajas, así que primero lave el local, abrí las cajas y comencé a colocar la mercancía, después de estar

[Ω] Reussir ed. Ouvrieres, París; Selecciones de Reader Digest, "Citas Citables" pág. 4 Mzo. 1996.

dos horas realizando esta actividad, llega el primer cliente, como a las 4:30 PM preguntando por un Krazy Colaloca, se lo proporcione y el costo fue de $9.00, ésta situación pudiese ser relevante o no ya que, se había comenzado a vender una semana antes, pero las ventas se realizaban afuera del local y esta en especial era la primera dentro del mismo. Por cierto las ventas de la primera semana, fueron de $60.00 (período comprendido del 15-Dic-99 al 21-Dic-99, estas ventas se realizaron por parte de mi prima, la que atiende actualmente el local).

¿POR QUÉ?

La grandeza es tan sencilla, tan simple, tan intensa, tan práctica que los vecinos y amigos jamás la reconocen.

¿Por qué un proyecto de investigación, sobre emprendedores, habiendo tantos otros temas interesantes y con muy buenas oportunidades de estudio?

¿Todos tienen la oportunidad de hacer algo más de sí mismos en su medio ambiente, con sus propias habilidades, con su propia energía y con sus propios amigos. Russel H. Conwell[Ω].

En esencia, considero que es muy importante, para el país, para la universidad y también para uno como egresado, terminar la carrera o salir de la universidad y tener un objetivo claro acerca de lo que puede ser nuestro futuro. En otras palabras, en la actualidad no hay muchas oportunidades de encontrar un buen empleo, aun teniendo la licenciatura, por tanto, es muy sano para la economía nacional así como para el desarrollo del país, que la gente egresada de las universidades ya no busque un empleo, mas bien salga con una visión de generar fuentes de empleo. Es cierto la situación, no es muy favorable, es difícil que un recién egresado logre financiarse y a través de éste poder crear una empresa, pero muy a mi sentir son retos que, si se saben afrontar, permiten que las nuevas ideas crezcan con tal fuerza, que aquello que parece una visión futurista logre conformarse como una realidad.

Pareciera sencillo el hecho de tomar una decisión, acerca de qué proyecto llevar a cabo, la realidad es diferente.

¿Por qué una papelería-ferretería?

La manera de provocar que las cosas se hagan, es estimular la competencia, pero con el deseo de excelencia.
Dale Carnegie[✓].

El proyecto en sí pudiese parecer poco interesante, sin embargo, por diversas razones, no es así. En principio un proyecto debe ser interesante para aquel que lo hace, la

---

[Ω] Acres of Diamonds Universidad del Éxito; pág. 99

[✓] How to win Friends and Influence People. "When nothing works, Try this" pág. 198

forma de asumir la responsabilidad sobre el proyecto es una base fundamental, que permitirá el logro del objetivo. Otra parte interesante sobre éste proyecto de emprendedores, es que, da la oportunidad de poner en práctica todos aquellos conocimientos relacionados con el área. Uno se ve inmerso en un ambiente de lo que se llama investigación de mercados, de lo que es un proyecto de inversión, de lo que son los Recursos Humanos, de cómo gestionar determinados asuntos, de cómo obtener financiamiento, de cómo lograr los objetivos empleando el proceso administrativo. Lo anterior hace que la persona se sienta muy emotiva, entusiasmada y libre de poder actuar dentro de su ambiente, situación que dudo mucho pueda darse en otro tipo de proyectos.

Determinar el proyecto, fue algo complicado, fue necesario hacer un análisis personal, que permitiera conocer mis aptitudes, tendencias, habilidades, en cierta manera capacidades, comportamiento en general. Después reflexionar sobre que tipo de negocio pudiese ser adecuado, de acuerdo, con las características obtenidas. Esto no fue todo, hubo la necesidad de determinar el lugar y sí éste lugar resultaba viable para el desarrollo del proyecto. Por si esto fuese poco, como obtener financiamiento, tareas nada fáciles.

Una ferretería parecía ser la mejor opción, de acuerdo a todo lo mencionado con anterioridad, sólo faltaba un detalle el lugar, al hacer el estudio correspondiente, es decir, al recopilar la información, pude observar que había mucha competencia, dicha competencia forzaba a los mismos comerciantes a bajar en extremo las utilidades, esta situación puede darse porque la mayoría de los propietarios de las ferreterías no pagan renta, ya que él local lo tienen en su propia casa, además como ya lo he comentado, el propósito fundamental de los propietarios no es hacer negocio, más bien obtener los ingresos necesarios para sobrellevarla. La información obtenida sobre el ambiente del marketing respecto a una ferretería, hizo que se redefinieran ciertos objetivos. Es decir, hubo factores en el ambiente que modificaron en cierta medida los planes, situación que no siento como exclusiva, por esa razón es que se realizan los estudios de

mercado, y por eso es que existen compañías dedicadas al estudio de mercados o a la factibilidad del negocio o del producto según sea el caso.

De acuerdo con la información obtenida a través de entrevistas, las cuales realice sin tener nada preparado, pude percatarme de la necesidad de un negocio bien surtido, cualquiera que éste fuese, haciendo una indagatoria más profunda, observe la escasez de negocios de papelería. También pude observar que la mayoría de negocios por lo regular están combinados, es decir, manejan una papelería-bonetería; papelería-regalos; papelería-plásticos; abarrotes-verduras; plásticos y cera; lonja mercantil-panadería, entre otros. En aquellos que tiene un solo giro se encuentran: vinos y licores, carnes y comida.

La investigación realizada condujo a la decisión de establecer una papelería-ferretería, empero, con comentarios de propietarios y de familiares dueños de negocios, en los que se establecía que una papelería ferretería no son giros compatibles. Me di a la tarea de investigar sí esto era verdad, recurrí a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) aquí se me informó que si es posible combinación, siempre y cuando lo autorice la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), así como la subdelegación de Obras y Servicios Públicos correspondiente, además de los Bomberos. Por lo tanto el proyecto sí es factible.

¿Por qué en el Estado de México?

Aquel qué sea grande en cualquier Sitio
primero debe serlo en su propia Ciudad.
Russel H. Conwell[Ω]

Como he venido comentando, es necesario crear fuentes de empleo, en mi opinión la ciudad de México, a pesar de ser un lugar que representa una buena oportunidad, está muy saturado, hay demasiada competencia, ésa situación motiva a los arrendatarios de locales a cobrar precios, cada vez más, elevados. El alto costo de la renta hace poco

[Ω] Universidad del Éxito "Acre of Diamonds" pág. 107

viable establecer un negocio con buena utilidad. No es necesario hacer una investigación profunda, o tener demasiados conocimientos para percatarse de la situación que se vive en el interior de la república, es decir, en el interior encontramos escasez de productos y costos muy elevados, además de necesidades poco o nada satisfechas. En ocasiones la gente tiene que venir a la ciudad de México para adquirir lo que necesita, situación poco agradable para aquellos que vienen por los costos económicos y en tiempo que esto representa. La ciudad de Toluca situada en el Estado de México está actualmente poblándose, pero no sólo ésta, también sus alrededores, factor que debe aprovecharse, llevando a los residentes aquellos productos que ya conocen, que les hace falta y aun precio adecuado.

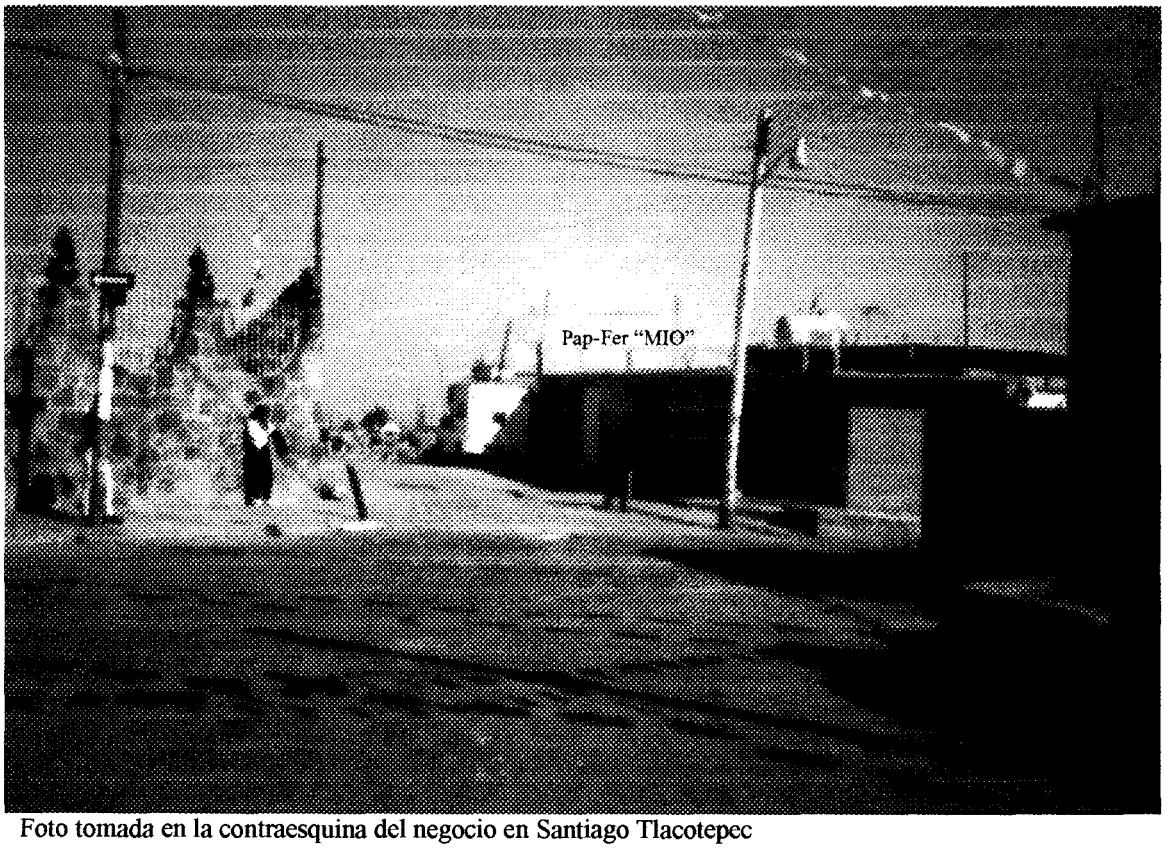


Foto tomada en la contraesquina del negocio en Santiago Tlacotepec

La ubicación (el pueblo actualmente está dividido por calles, sin embargo las direcciones se proporcionan como domicilio conocido, al arrendador se le conoce como Doña Angelita, con ésta referencia, casi cualquier persona del pueblo pudiese dar razón

de la ubicación de la casa y a su vez del local) del local es, en una zona más o menos, céntrica, lo que permite un fácil acceso de los consumidores, a un costado –derecho- hay una tienda de abarrotes, del otro lado – izquierdo - se encuentra un local todavía vacío y enfrente está la Iglesia (del Calvario) del pueblo.

Este local fue seleccionado, por su ubicación y por su fácil acceso (cabe destacar que no fue sencillo debido a inconvenientes como son: local sin terminar y dificultad para encontrar al arrendador y tiempo disponible por parte del que escribe) porque otros locales no tenían estas facilidades, y un cuando estaban disponibles, se encuentran lejos de una zona transitada, en ocasiones la venta estaría regida a un horario exclusivo, además de que el costo del arrendamiento era poco accesible, aspectos que motivaron la no-aceptación del arrendamiento.

¿Por qué un local fijo y no-uno ambulante?

Una de las mayores oportunidades de toda la vida debe ser un intento directo de desarrollar una actitud respetuosa hacía sí mismo. Cada uno es la oportunidad, y cada uno debe llamar a la puerta qué lo conducirá a su destino.
Maxwell Maltz[Ω].

En particular no me gustan los vendedores ambulantes, de acuerdo a mi forma de ser, él haber planteado un proyecto como vendedor ambulante, hubiese determinado un proyecto a corto plazo y quizá no duradero. Es decir lo hubiese desarrollado por un corto tiempo, para después dejarlo, ésta no es mi intención, pienso que tener un local fijo me obliga de cierta forma a ser más concreto en cuando a mis ideas y en cuanto a mis acciones, probablemente para algunos otros emprendedores no sea el caso, empero, es el mío.

Un local fijo representa situaciones de trámites de apertura, de permisos, de arrendamiento, etcétera, mismas que estoy dispuesto a dar solución. Un local fijo representa a mi manera de ver mayor obligación para con uno mismo, así como para

con la gente con la que se tiene contacto. La obligación para con los otros no debe ser un obstáculo, debe ser un factor de motivación que permita un impulso superior al que pudiese tenerse. En un negocio fijo, no se tiene que mover muy seguido la mercancía, hay poco maltrato de esta, no se depende mucho del clima y puede haber un horario más amplio.

Un negocio ambulante es lucrativo, obviamente tiene algunos detalles que deben sortearse de la mejor manera como son: traslado permanente de la mercancía, colocación diaria de ésta, maltrato en algunos de los productos, exposición al clima - que en ocasiones va en detrimento de la venta – por lo regular sujeto a la luz del día y pago de arrendamiento por dejar la mercancía en la noche etc.

¿Por donde empezar?

> Inventor. Hombre qué ve la oportunidad donde los demás no ven nada, Hombres cuyos sentidos están despiertos antes las posibilidades creativas[ω].

Pregunta que involucra muchas cosas, su amplitud requiere de una delimitación. Entonces es necesario hacer énfasis en el hecho de que el proyecto empieza por la papelería con la tendencia de ir ampliando el giro, a medida que se vendan artículos de ferretería. El proyecto comienza con la "idea", después de ésta está "el lugar", después "los proveedores", posteriormente "el financiamiento", la "estructuración del local" y finalmente "el personal". Como ya se comentó la idea y el lugar ahora corresponde el turno a *los proveedores.*

Los proveedores se encuentran en la ciudad de México, en la ciudad de Toluca también hay, sin embargo sí hay diferencia en precios. Al proveedor que se eligió fue "Casa Marchand" hay otro que es grupo sigma. Ambos ofrecieron grandes facilidades para adquirir la mercancía. En principio proporcionaron cotizaciones sobre la mercancía

[ω] Universidad del Éxito. The research for self-respect pág. 79-88 Universidad del Éxito. The research for self-respect pág. 79-88

que venden, después ofrecieron traslado (lastima que éste no pudo aprovecharse debido a que sólo llevan la mercancía dentro de la zona urbana, y no tienen representación en el Estado de México). Las cotizaciones proporcionadas por estas empresas permitió que fueran seleccionadas, debido a la gama de productos que manejan – susceptibles de venta en el lugar ya mencionado - y a sus precios. Hay productos que da más caros "Casa Marchand", pero estos productos son más económicos en "Grupo Sigma". La combinación de ambos proveedores permite la optimización de costos.

Para el **financiamiento** no hubo necesidad de recurrir a una institución de crédito como se había pensado originalmente. La comunicación que tuve con algunos

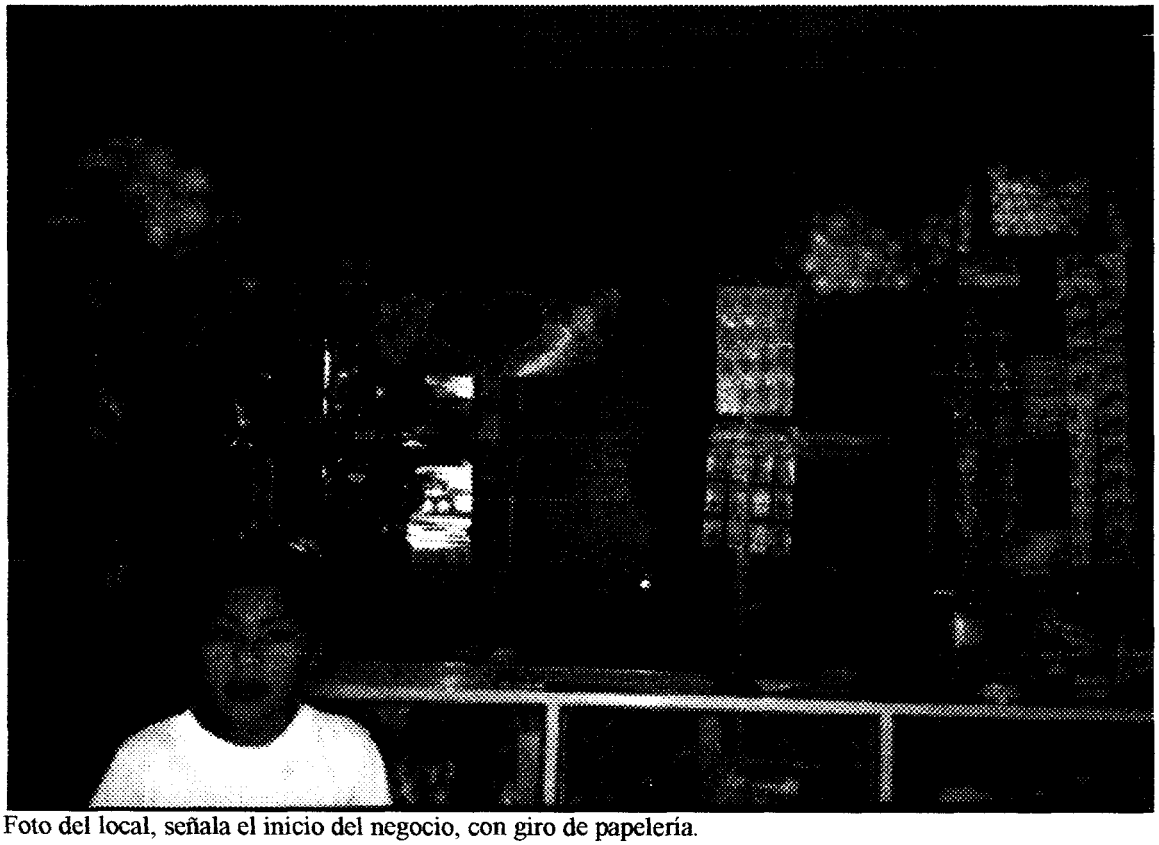


Foto del local, señala el inicio del negocio, con giro de papelería.

[1] Ibib. pág 80

familiares fue muy importante, también la que tuve con algunas casas comerciales, para saber el costo de los productos. Al investigar los costos de los artículos de ferretería y los de papelería, pude observar la gran diferencia en costos, y de que por falta de financiamiento no podía comenzar con ambos giros a la vez, por tanto me decidí por el de papelería, hice algunos comentarios y sin mucho problema logre obtener el dinero suficiente para comenzar.

Finalmente obtuve el **local** a medias (se empezó vendiendo en la banqueta, encima de una mesa, con algunos productos en el suelo). Actualmente hay un mostrador, cuatro anaqueles, una pequeña mesa y artículos suficientes que dan la clara imagen de una papelería. En la casa tengo una computadora a la que pienso sacarle provecho, quizá enseñando computación o haciendo tareas en computadora, también cuento con un escáner del cual se pueden obtener copias de fotografías o cosas por el estilo, éstos artículos todavía no están en el local porque no se me ha entregado formalmente. A medida que hay pocos artículos la distribución es adecuada. Habría que esperar cuando se introduzcan los artículos de ferretería.

El **personal**, vaya que si es difícil conseguir personas de confianza que quieran trabajar, al estar buscando a una persona que se haga responsable por el negocio me encontré con situaciones poco comunes. Por ejemplo: Personas que no querían abrir en la mañana porque hace mucho frío, otras que porque está muy lejos – es en su propio pueblo -; a otras que no les gustaba donde se encontraba el negocio; otras más no se llevaban bien con doña Angelita; Otras que querían un trabajo pero sólo de cuatro horas; hubo quién me dijo que si quería pero que su marido no la dejaba. Las personas que estaban dispuestas a trabajar querían cobrar un sueldo más que honroso. Finalmente, una prima es quien se hace responsable y por el momento me siento satisfecho con su labor, es una persona casada, con responsabilidad, limpia, trabajadora que no ha tenido desarrollo como vendedora, pero que puede resultar de mucha utilidad. Llegamos a un acuerdo económico en el cual ambos salimos beneficiados. Por el momento se le pagará el mínimo estatal, y conforme se

incrementen las ventas o conforme estas alcancen un nivel óptimo se sueldo se verá incrementado en proporción al aumento de las utilidades.

Falta un último punto los trámites para apertura. En realidad no he realizado trámite alguno, aunque ya sé a que dependencias debo acudir. Tengo idea de cómo manejar a los inspectores, en el caso que nos sorprendieran. No pienso dejar el negocio sin darlo de alta, lo que es relevante es que ya se está trabajando y se mantendrá así por lo menos un par de meses.

¿COMO?

¡Ganarlo no lo es todo, pero sí lo es intentarlo!
Vince Lombardi[✪].

¿Cómo llevar a cabo un proyecto de emprendedores?

La principal diferencia entre quien hace y
quién "desea", radica en la motivación[✓].

Primero se llevará a cabo un Estudio de Mercado

La iniciativa es todo lo que la competencia no es.
Willard y Marguerite Beecher[✓].

Generalidades

J. Paul Getty[♦].

Se ha determinado, de acuerdo con un análisis de mercado que en el pueblo de Santiago Tlacotepec, Municipio de Metepec. Hay la necesidad de bienes, de uso final, lo anterior obedece a una demanda no saturada, aparentemente satisfecha, pero que es posible hacer crecer haciendo uso de herramientas de mercadotecnia. El análisis ya comentado estuvo conformado por cuatro variables, que a continuación se detallan.

Análisis de la oferta

Empieza a ser ahora lo qué serás de aquí en adelante.
San Jerónimo

El pueblo esta compuesto por más de cinco mil habitantes, dentro de éste se encuentran negocios de diversos tipos. El que nos interesa son negocios de papelería y/o ferretería. El pueblo sé está poblando rápidamente, ésta situación permite que un gran numero de negocios prospere. Sin embargo, como ya se comentó, la mayoría de estos negocios no son especializados, en otras palabras cada negocio vende artículos de diversos giros. En el ramo de la ferretería el pueblo cuenta actualmente con 3

[✪] Universidad del Éxito, pág. 162
[✓] Ibid. Pág. 163
[✓] Beyond success and Failure. Universidad del Éxito pág. 341 Beyond success and Failure. Universidad del Éxito pág. 341
[♦] Cualquiera que aspire a tener éxito, debe pesar, medir, calibrar y evaluar a fin de determinar qué puede y qué no puede lograr bajo las circunstancias que prevalecen y con los recursos de que se disponen. Universidad del Éxito pág 389.

ferreterías, sólo dos de ellas están bien surtidas, su localización es adecuada, esta situación les permite tomar ventaja sobre la tercera. En cuanto a papelería, hay papelerías actualmente, tres de ellas se dedican por completo a la papelería, por decir, los otros negocios, venden más de otro giro, como pueden ser de regalos, bonetería, ropa infantil, accesorios de belleza (aretes, prendedores, cucas, moños, peinetas, pinzas, etc.), incluso hay una papelería (eso dice en la puerta) que vende artículos de recaudería y ropa para bautizo.

La información que llego a mis oídos es de que regularmente, cuando se establece un negocio es difícil que éste prospere si es que se dedica a la venta de una solo giro comercial, por tal motivo la gente que tiende a poner un establecimiento, dentro de éste "debe" vender cualquier cantidad de cosas.

Las papelerías que están surtidas ofertan gran cantidad de artículos, pero a pesar de ello no llegan a dar abasto a la demanda. Una de las razones por las que se da esta situación de desabasto es por la ubicación de las papelerías que están situadas relativamente cerca de la primaria del pueblo. Pero no todos los escolares tienen la facilidad de ir a comprar ahí. La ubicación de la nueva papelería permite formar un triángulo, dando ventajas a los escolares de no trasladarse muy lejos para adquirir los artículos que necesitan.

Nuestra Oferta

Por el momento nuestra oferta ha satisfecho la demanda a medias, lo anterior obedece a la poca mercancía que se ofrecía al principio, actualmente se ha enriquecido nuestra gama de artículos a la oferta y por tanto hemos tenido una mejor respuesta a nuestra demanda.

Los Clientes

Los clientes han hecho poca demanda de fotocopias y engargolados, empero esta demanda, ha servido para darnos cuenta que estos artículos son "artículos gancho", en otras palabras, cuando un cliente compra un articulo de este tipo, tiende a hacer consumo de otros artículos. Hasta la fecha, no ha sido posible, la incorporación de una fotocopiadora; así como tampoco una engargoladora o una enmicadora, el planteamiento incluye, hacer la compra de una enmicadora y una engargoladora a la brevedad posible, esto es ocho días. La compra de una fotocopiadora quizá tarde un poco más, pero por ningún motivo excederá del mes de marzo de 2000.

Expansión

La imaginación nunca debe tener límites.
Mio

Obviamente que se han considerado planes de expansión. En principio se había pensado la posibilidad de extender el giro a ferretería, idea que no ha quedado descartada. Recientemente se establecieron dos ferreterías por el lugar, de acuerdo a la forma como se trabaja en la zona desconozco si finalmente se dedicaran a la ferretería, en dado caso que no, el giro se ampliaría en esta dirección como fue la propuesta original. Otra posibilidad latente que ha surgido por las fuentes de información, es que en la primaria y secundaria se establecerán clases de computo en el corto plazo. Esta es una oportunidad que se abre, para en principio, vender accesorios de computo y de ser posible dar a rentar maquinas con el uso de Internet etc., se ha pensado en quién pudiese hacerse cargo de esta actividad y por el momento sería la misma persona encargada. Además de lo anterior, se pudiese dar clases de computo a precios razonables y tomar ventaja de ello, lo que sí esta bien claro es que por ningún motivo se descuidará el negocio de papelería. La extensión a venta de

artículos de bonetería se ha considerado como una tercera opción, pero que por su escasa demanda y baja utilidad es una alternativa poco viable.

El negocio tiene una inversión fija mínima por el momento. Cuenta con 6 anaqueles, y una vitrina, la expansión de este capital puede extenderse, lo más probable es que sean otros cuatro anaqueles, dependiendo de la factibilidad de ampliación del negocio, pudiesen comprarse dos equipo de computo, teléfono. Por supuesto que se incluiría la fotocopiadora, engargoladora y enmicadora.

Análisis de la demanda

> Cuando tratemos con gente, recordemos que no tratamos con criaturas lógicas, más bien con criaturas emotivas, con prejuicios y motivadas por el orgullo y vanidad.
> Dale Carnegie[Ω].

La demanda de artículos escolares, que es el tema a tratar en esta ocasión, se ha visto incrementada, en los últimos años, en el pueblo, situación que se origina, por el establecimiento de una secundaria diurna. El origen del incremento de la demanda de artículos escolares, fue el incremento demográfico que era muy alto hasta hace algunos años. Este aumento en la población provoco que el municipio demandara la apertura de una secundaria. Alrededor de esta secundaria solo se encuentra una papelería, que esta abierta solo parcialmente, por decir, abre a las diez de la mañana y cierra a las 14:30 hrs., el tiempo de apertura, de acuerdo a su ubicación es el adecuado, ya que una vez que salen los escolares, no hay más venta de producto. En virtud de que el negocio ya mencionado cierra temprano, los escolares tienden a ir a papelerías que les quedan más retiradas. La actual papelería tiene una ubicación que permite a los escolares de todos los niveles acceder a ella, sin ningún problema, es más es una zona de paso tanto para las personas que arriban a la secundaria, como para aquellas que van a la primaria, por si esto fuese poco, la ubicación también permite que escolares de

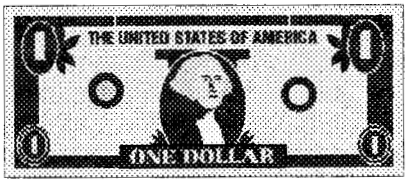
[Ω] How to win friends and Influence People "If you want to Gather Honey ..." pág 14

otros niveles que se dirigen a la ciudad de Toluca, o a las afueras de pueblo, tener acceso a la misma.

Por lo regular los establecimientos, mantiene precios muy altos, sobre la mercancía que ofertan, lo que se ha pretendido con la apertura de este establecimiento, es que nuestros precios no sean muy elevados y puedan ser susceptibles de compra para todas las personas del pueblo. Los negocios similares, han puesto normas no escritas, y están establecen un precio del doble sobre el costo del producto, nuestros precios han procurado un margen del 45% de utilidad bruta, la cual permitirá pagar; renta sueldo, y generar utilidades suficientes para reinversión y para retiro*.

Ingreso de la población.

Aquel individuo que no se interesa en los suyos tiene grandes dificultades en su vida y proporciona grandes malestares a otros. De este tipo de individuos provienen todas las fallas humanas.
Alfred Adler[Ω].



En el pueblo hay diversos tipos de ingreso de la población, por decir, hay familias cuyo ingreso es superior a los seis salarios mínimos, pero hay otras cuyo ingreso es el mínimo estatal, que apenas rebasa los $1000.00, e incluso menos. Por cuestiones de tiempo no se ha podido establecer un estándar, sin embargo, consideramos que la población, si puede pagar la mercancía que ofertamos, ésta en un principio fue exclusivamente de papelería, pero por la demanda, ha sido necesaria la incorporación de artículos de regalos –peluches-, bonetería y accesorios de belleza. Por supuesto a medida que ha habido demanda de artículos de ferretería, recientemente se introdujeron artículos propios del negocio, como son algunos clavos y tornillos.

* El margen del 45% es para productos que extienden factura; para aquellos que no el margen es del 50% o más en algunos casos.
Ω "What life should mean to you" pág 55 How to Win Friends ...

Análisis de los precios

Mostrando interés genuino en otros no sólo
te permite ganar amigos, también desarrolla
en tus clientes lealtad hacia tu empresa.
Dale Carnegie[Ω].

De lo mencionado anteriormente, con respecto al precio, sería todo, o habría muy poco que agregar, como ya vimos, el precio al público está dado por el precio de coste más el iva, y un porcentaje de utilidad que es del 45%. Para aquellos artículos que son comprados y que no se obtiene factura por ellos, el precio al público regularmente es: precio de coste más un 50% de utilidad, dentro de esta utilidad se consideran los gastos fijos del negocio como son: salarios, renta, luz, margen mínimo de perdida y utilidad. Al final del presente trabajo se encuentra un anexo, el cual contiene un listado de toda la mercancía que se oferta actualmente, faltado por considerar clavos y tornillos que son de reciente incorporación. En éste listado encontramos en la columna F el precio de venta, que se obtiene de sumar de la cantidad que aparece en la columna D más por un 45% sobre el mismo monto. (Ver Anexo columna F)

Los precios pueden ser modificados y habrán de modificarse, pero solo cuando se mueva la inflación o cuando el coste de los productos se modifique a tal grado que no permita un margen de utilidad aceptable. No habrá por el momento ningún otro factor que pudiese permitir una modificación a los precios.

Se procurará buscar precios de coste cada vez más económicos a fin de beneficiar al consumidor final. Por lo anterior, pudiese darse una baja en nuestros precios establecidos.

[Ω] How to win Friends ... pág. 61

Análisis de la comercialización.

Nunca creas que lo evidente es la verdad.
Willian Safire[✓].

La papelería es una forma de intermediario que permite comercializar mercancías a menudeo. A través de este tipo de comercialización, el producto puede llegar hasta el doble de su precio o más cuando llega al consumidor final. A pesar de ello, es una forma de hacerse de recursos y de generar fuentes de empleo. En virtud de lo anterior nos hemos dado a la tarea de reducir al máximo los intermediarios. Y tratar de buscar los mejores precios, a fin de mejorar el servicio y el precio al cliente consumidor.

Los productos que se ofertan se dan en sitio y momento oportunos, realmente no se pueden concentrar grandes volúmenes, en primer lugar por el espacio y en segundo por el tipo de demanda y además por el tipo de productos – por ejemplo el material didáctico, ocupa espacio; y su rotación es mínima -.

A pesar de que los artículos si recorren gran distancia, por lo regular llegan en buenas condiciones al consumidor, sin embargo, por el tipo de ambiente de la zona, no tiene un alto grado de calidad.

A medida de que sé está en contacto directo con el cliente consumidor, se conocen los gustos y preferencias de éste, por tanto se surte el tipo de articulo que el cliente quiere, conviertiéndose esto en una ventaja competitiva para el negocio.

Los proveedores ofrecen para aquellos clientes regulares o para aquellos que compran mucha mercancía, llevar ésta al el domicilio, lamentablemente no se puede hacer uso de éste servicio por la distancia que se tiene que recorrer y por la ubicación del negocio que es afuera de una zona céntrica o periférica que es la que ellos atienden.

[✓] Sleeper Spy ed. Ramdom House. Selecciones "Citas Citables" pág. 3

Definición del producto– descripción exacta de los productos.

Sin metas, y sin planes para alcanzarlas, se es como un barco que hace a la mar sin punto de destino. Cada hacedor primero es un pensador.
Fitzhugh Dodson[Ω].

Producto. En el presente trabajo, no se puede hablar de un solo producto, ya que no se trata, en este caso, de producir, más bien de la comercialización de bienes ya producidos, considerando que nuestra función es hacer llegar estos productos al consumidor final. No sólo manejamos un producto, la cantidad de productos que se ofrecen es muy variada, sin embargo, por lo general sólo incumben artículos propios de una papelería. Por lo ya comentado con anterioridad también se ofertan otros artículos pero igualmente sólo se comercializan no se producen.

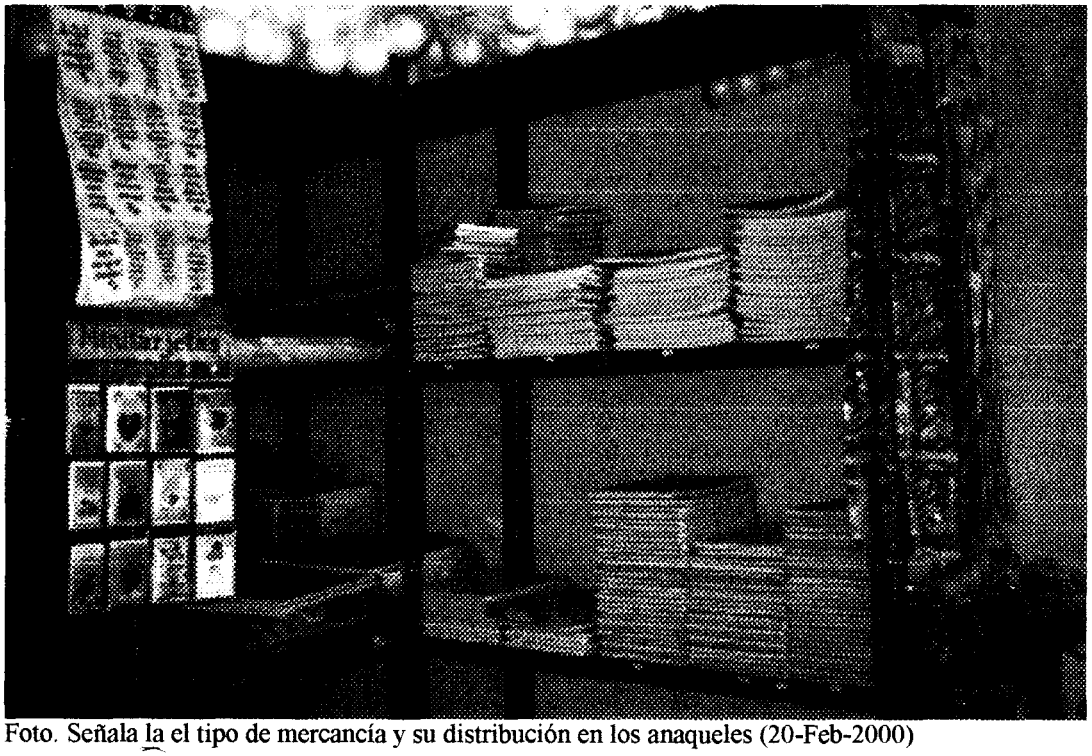


Foto. Señala la el tipo de mercancía y su distribución en los anaqueles (20-Feb-2000)

Puesto que él número sobrepasa los 300 artículos, no se hará una descripción de cada uno de ellos. Empero, se destaca que los artículos son en algunos casos de

[Ω] Universidad del Éxito pág. 171 Universidad del Éxito pág. 171

conveniencia, y otros por impulso (accesorios para belleza: peinetas, cucas, donas, etc.), sobre estos, la compra que hacen los consumidores no necesariamente se planea. Hay otros artículos que se ofrecen, y no porque no se planeen son de conveniencia, es decir, hay artículos, que aunque los consumidores no los tengan en mente, por el hecho de ser estudiantes, se les demanda el uso de los mismos, por lo cual deben de recurrir a negocios como el de la papelería. Los artículos que se ofrecen son de consumo final, pero no son de primera necesidad. (Ver Anexo comuna C, en esta columna se encuentra un listado con los artículos que se ofertan por el momento)

Proyección

No basta con el trabajo arduo es necesario tener una meta.
Joyce Brothers[Ω].

La demanda.

El momento más peligroso llega con la victoria.
Napoleón I

Debido al tipo de negocio, se puede establecer que la demanda actual es variable, que tiende a modificarse constantemente. El cambio en la demanda obedece a la incorporación de algunos residentes del pueblo a los sistemas de educación. Una vez que los niños alcanzan la edad escolar, se convierten en una demanda potencial.

De los actuales miembros de la comunidad escolar, hay algunos que desertan o abandonan sus estudios por diversas razones, entre las principales destacan la económica, la social y la falta de una visión de futuro que termina por inducir a los miembros de ésta comunidad a un campo de acción muy limitado. De lo anterior, se concluye que cada vez son más los niños que se incorporan a actividades escolares que los que por las situaciones ya comentadas se desincorporan. Estas condiciones hacen prever un futuro favorable. Además, la comunidad del pueblo sé esta viendo acrecentada por nuevos pobladores, gente que no pertenecía al pueblo pero que llegan a establecerse conviertiéndose en la demanda potencial.

[Ω] How to Get Whatever You Want Out of Life. Universidad del Éxito pág. 311

La demanda puede cambiar, a favor del negocio, pero no en contra. La razón, que lograría poner a la demanda en contra del negocio es la competencia, sólo está podrá intervenir para que nuestra demanda disminuya, sin embargo, ya se cuentan con estrategias que permitan hacer frente a estos inconvenientes. Por ejemplo: pensamos adelantarnos a nuestros competidores, proporcionando servicios novedosos como son los de computación, internet, cosas por el estilo que se comentarán más adelante.

La oferta.

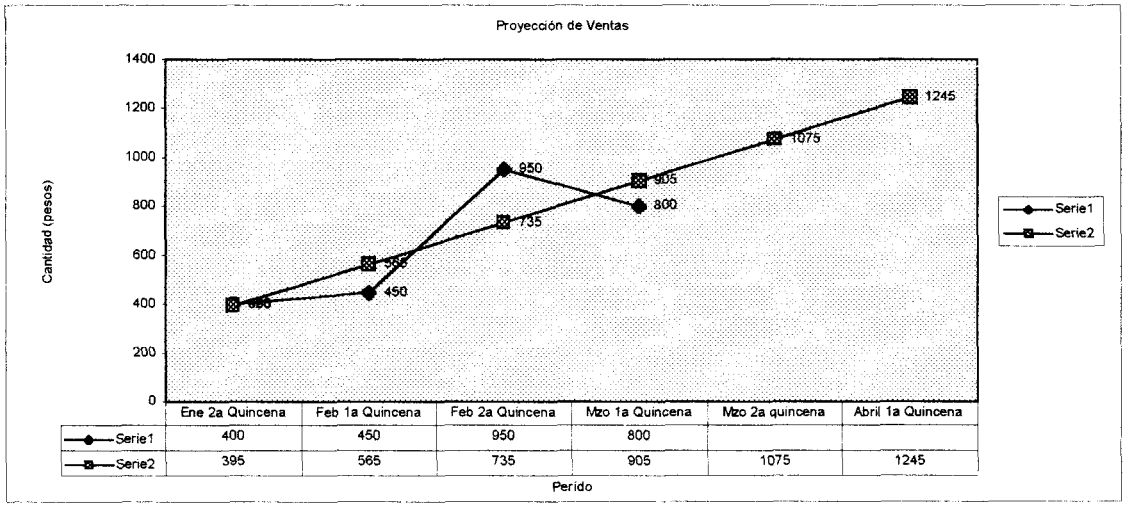
La oferta de la comunidad es muy variada, y con mucha competencia, en el pueblo hay mas de un negocio con el mismo giro. La ventaja que se puede ofrecer actualmente es que los comercios actuales tienden muy poco al cambio o al progreso, a mi manera de ver, claro está, a pesar de ello hay quienes se preocupan por dar una atención adecuada y eficiente a los clientes.

Por parte del negocio la oferta, no cambiara pero si se ampliara, todo depende de las condiciones que se presenten en el futuro mediato. La oferta seguirá como hasta ahora se venderán artículos de papelería y se introducirá mercancía de mercería paulatinamente al igual que artículos de ferretería, aunque dependiente de las condiciones del mercado y de la demanda, se pudiesen introducir un par de computadoras y darlas en arrendamiento, e incluso poder dar clases de computo sobre la paquetería más usual, se proporcionara servicio de teléfono público, se envolverán regalos, con un primo, posiblemente se hagan filmaciones. En fin, nuestra oferta sé ira adaptando al tipo y cantidad de demanda. Por tal motivo no hay miedo a la competencia.

Tanto la oferta como la demanda sufrirán cambios en un mediano plazo, situación que obedece al cambio generacional que se da como resultado del crecimiento de la población tanto en edad como en tamaño de la misma. Hasta hace algunos años el

índice demográfico era muy alto, y alcanzaba un promedio de 8-9 niños por familia, situación que en los últimos años ha ido descendiendo, pero aun así, las familias son de 4-5 niños. Estos son la demanda potencial. Y de acuerdo a ésta es como ira cambiando nuestra oferta, adaptándonos a cambios, incluso de estilo de vida.

gráfica de proyección



La serie uno indica las ventas alcanzadas hasta el momento, en las primeras cuatro quincenas, como se puede observar ha habido un aumento en las mismas, pero éste no ha sido constante. La serie dos indica cantidades ajustadas, de acuerdo a los incrementos dados en las primeras quincenas. De mantenerse los incrementos y permanecer éstos constantes, en la primera quincena de Abril las ventas alcazarán los $1245 pesos por Quincena. De mantenerse así las ventas en un año aproximadamente, éstas serán de $4305 por Quincena, cantidad que se considera adecuada por el Momento, debido a la cantidad de mercancía que se oferta. Sin embargo, nuestro planteamiento sugiere que éstas ventas se alcancen pero en una semana.

Tradiciones y clima

Trata a la gente como quieres que la gente te trate a ti.
Jesús

Aunque el pueblo conserva muchas tradiciones, los medios de comunicación han permitido que parte de la población se adapte a los cambios, procurando un nivel de vida diferente. Hasta hace algunos años, por decir, la generación anterior, se mantenía muy tradicionalista, la actual ha cambiado, quizás por las circunstancias, los medios de comunicación, la exigencia en el nivel de educación, o porque simplemente quieren tener un nivel de vida diferente o adaptaras a las nuevas modas, cualquiera que sea la circunstancia que provoque el cambio, estaremos alertas para en principio mantenerlos y una vez logrado esto, procurar estar un paso al delante de la competencia, procurando atender a nuestros clientes como ellos se merecen.

Clima

Los dados de Dios siempre están cargados, es imposible
obtener cualquier cosa sin pagar su precio.
Ralph Waldo Emerson[Ω].

El **clima** es un factor importante por el tipo de negocio, al encontrarse el negocio cerca del Nevado de Toluca, el clima por lo regular es húmedo y frío, condiciones poco favorables para el tipo de mercancía que se maneja, ya que ésta tiende a humedecerse y a perder su consistencia. Hay otro factor que no se puede menospreciar, y es el hecho de la abundancia de moscas en la zona, es otro factor importante, porque ensucian la mercancía y dejan mal aspecto o una mala imagen del negocio. El viento, la ubicación del negocio es muy buena, porque está a la vista de muchos de los pobladores, pero es una zona donde corre mucho viento, esto no es una desventaja en sí misma, sin embargo, la mercancía, la vitrina y los anaqueles permanentemente están sucios. Ante esta situación lo que se proyecta hacer es colocar en el frente un portal de vidrio que permita la entrada de la luz, la visibilidad de nuestros clientes hacia el interior y una imagen diferente.

Posiblemente, este tipo de negocio presente un incremento o disminución en sus ventas de forma temporal, es decir, habrá ocasiones que por temporada las ventas puedan ser muy buenas y que otras puedan ser muy malas, la temporalidad no podrá cambiar los objetivos, ni modificara nuestra actitud de servicio. Pero si cambiara en forma relativa nuestra oferta.

Por supuesto que puede haber otro tipo de variaciones tanto a la oferta como a la demanda, pero estas pueden ser circunstancias aleatorias y por tanto su resolución será en consecuencia.

La proyección a futuro a mediano plazo, es decir, unos cinco años, es contar con aproximadamente cinco o seis establecimientos con las mismas características

[Compesation Universidad del Éxito pág. 354-357

¿DONDE?

No podemos abdicar al derecho de hacer decisiones.
Nena y George O'Neil[Ω].

Para determinar donde se localiza el negocio fue importante realizar un estudio técnico que incluye.

Cuando hemos empezado a asumir el cargo de nuestras vidas, a ser dueños de nosotros mismos, ya no hay necesidad alguna de pedir permiso a nadie[✓].

Localización óptima del producto.

El potencial está inherente en todo lo que hacemos sólo se requiere de concentración.
Joyce Brothers[✓].

La ubicación del local no se determino aleatoriamente, para esto se realizo un pequeño estudio y sólo incluyo a dos locales, para determinar la ubicación se utilizo el método por puntos, éste método, permite seleccionar una opción dentro de, ya sea una par o, una gama de opciones, para esto es necesario considerar una serie de factores, los cuales permitirán determinar la elección de una de las opciones, una vez determinados los factores a estos se les asignará un peso especifico, que puede determinarse a conveniencia de los interesados, el peso que tenga cada factor será el mismo para cada una de las opciones. Una vez echo lo anterior a cada factor se le proporcionara una calificación, que en éste caso es de 1-10, es decir de acuerdo al factor se eligirá de uno a diez dependiendo de la calificación que se proporcione al factor, ésta operación se realiza con todas las opciones. Una vez calificados todos los factores de cada opción se procede a obtener una calificación ponderada, ésta se obtiene multiplicando el peso proporcionado al factor por su calificación, la operación se realiza por cada una de las opciones, el resultado será una calificación ponderada que al sumarla, nos proporcionará diferencias en puntos respecto de cada opción. Según sea el caso se considerará la opción que tenga más puntos, dejando fuera a aquellas opciones que tuvieron un puntaje inferior.

[Ω] Shifting Gears Universidad del Éxito pág 304
[✓] Ibid. pág. 306
[✓] Ibid. pág. 315.

A continuación se ejemplifica, mediante el uso de una matriz la forma de llevar a cabo este Método cualitativo por puntos, las opciones fueron un local ubicado sobre la avenida principal de 4 por 5 mts. aproximadamente y otro local ubicado enfrente de una iglesia. Los factores se colocaron a mano derecha, y enseguida el peso asignado a cada factor, finalmente el local con mayor puntuación fue el elegido para establecer el negocio, motivo del presente trabajo.

Método cualitativo por puntos

		Local Frente a la Iglesia		**Local en la avenida "La Principal"**	
Factor relevante	**Peso asignado**	**Calificación**	**Calificación ponderada**	**Calificación**	**Calificación Ponderada**
Mano de obra disponible	.1	5	.01	5	.01
Costo de renta	.25	8	2	9	2.25
Afluencia de transeúntes	.25	7	1.75	7	1.75
Poca Humedad en el lugar	.15	9	1.35	5	.75
Disponibilidad	.25	8	2	7	1.75
Suma	1.00		**7.11**		6.51

Como se puede observar el local ubicado enfrente de la Iglesia obtuvo una puntuación más alta, de acuerdo con los factores considerados. En virtud de lo anterior se escogió el local ubicado enfrente de la Iglesia.

Ingeniería del proyecto

La libertad sólo llega cuando no colocamos
ninguna cabeza por encima de la nuestra.
Lord Bearverbrook[Ω].

Es necesario recordar que cuando se busco el local, éste todavía no estaba terminado Se hicieron los arreglos necesarios a fin de que se encontrara en optimas condiciones. Originalmente el local tenía dos paredes no terminadas, estas supuestamente correspondían, una a la puerta de entrada y la otra correspondía a una puerta para un futuro baño, los planes cambiaron y el baño no quedaría en el lugar señalado, por tanto ésta pared debería ser cerrada, respecto a la otra era necesario colocar una puerta. La pared que tenía la abertura para un baño se cerró después de cuatro semanas, del tiempo señalado, la puerta se puso una vez que se instalaron los anaqueles y la vitrina esto es después de la primera semana de trabajo. En el mes de Febrero se comenzó con la construcción de un baño que sería destinado para uso exclusivo del personal del local, posiblemente éste esté terminado para mediados de Marzo.

Hace falta al negocio, pintarlo por dentro, situación que surge por el cierre de una de las pares, también es necesario rotular, ya que en el exterior no hay ninguna leyenda que especifique que ahí hay un local. Actualmente cuenta para iluminación con un solo foco, nuestro propósito es cambiar éste por un par de lamparas con previa autorización de la dueña del local. Para la venta se determinó el uso de anaqueles y una vitrina, los anaqueles permitirán que los clientes vean parte de mercancía, además de que permiten una forma de organización adecuada para el tipo de negocio. La vitrina con la que se cuenta, se mando a hacer de acuerdo a las necesidades, sé penso en comprarla ya hecha, pero los costos desalentaron ésta idea, además de que los diseños no eran los adecuados de acuerdo al local.

En fechas recientes con la introducción de material didáctico se ha hecho necesaria la adquisición de un par de muebles para la colocación de las monografías, biografías y

[Ω] The three keys to Success Universidad del Éxito pág. 346

relieves que se están ofertando, estos muebles son los adecuados para el tipo de material, por lo tanto no se ha pensado en mandarlos a hacer.

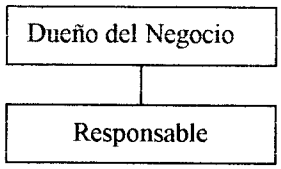
Como maquinaria si es que se puede llamar así, se ha adquirido una engargoladora y una enmicadora, hace falta una fotocopiadora que esta por adquirirse, estos equipos nos permitirán colocarnos a la par con nuestros competidores. De acuerdo con nuestros planes de desarrollo se ha pensado en la adquisición de equipo de computo, pero esto será en el mediano plazo

A medida de que el negocio no procura la producción de artículos sino la comercialización de los mismos, no hay un proceso muy elaborado para hacer entrega de mercancía al cliente consumidor.

Estructura del Negocio

No habrá tributo a Roma, mientras mi
pueblo se esté muriendo de hambre.
Cleopatra

A medida de que es una empresa que apenas comienza, podemos hablar de una estructura vertical informal, con líneas de comunicación reciproca. Los participantes en ésta estructura son: Dueño del negocio y responsable del mismo.

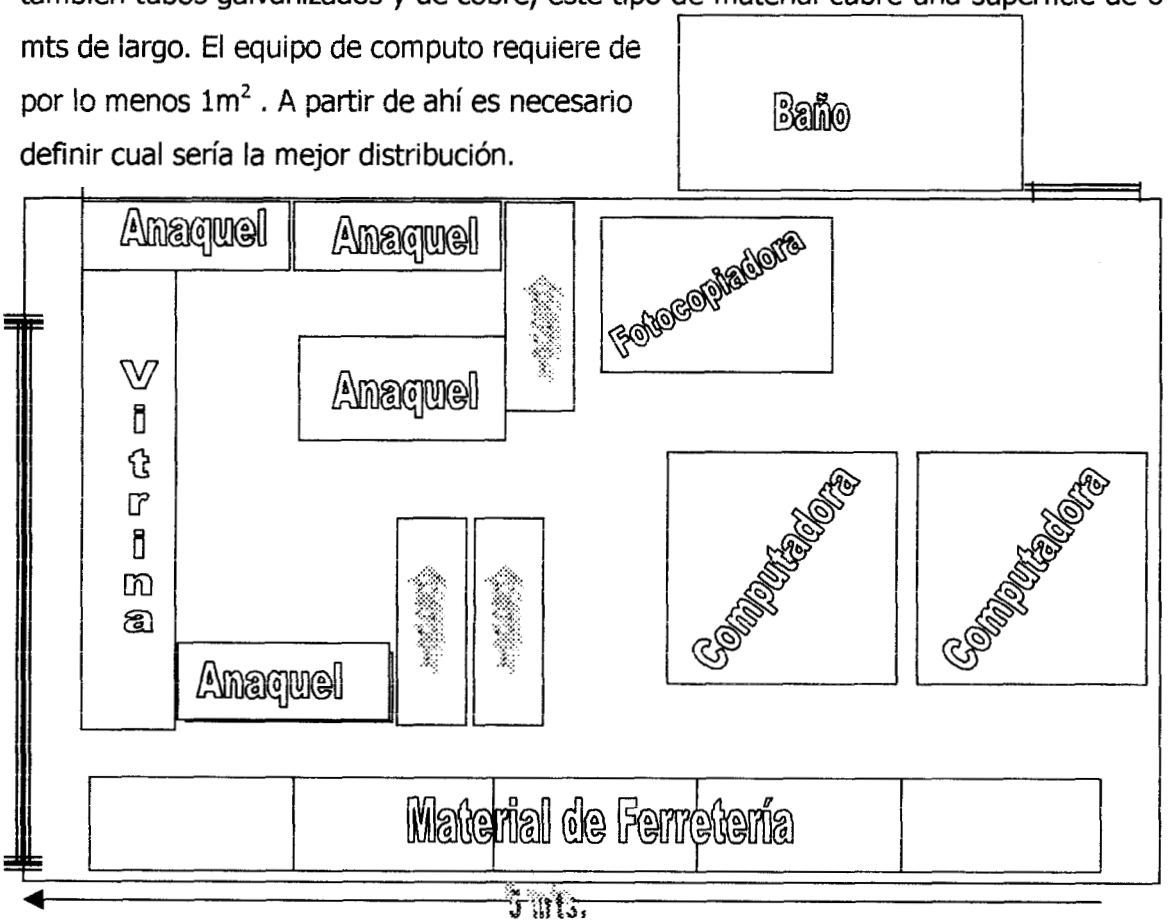


Por el momento la estructura es la adecuada, se mantendrá o modificara de acuerdo a las necesidades del negocio.

Distribución del Local

Yacatecutli. Dios Pochteca que significa el Señor que Guía.
Gary Jenninngs[Ω];

Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite una operación más económica, y a la vez mantiene las condiciones optimas de seguridad y bienestar para los trabajadores. Si se mantiene ésta definición sobre la distribución, será necesario especificar como queda la distribución del local, considerando que actualmente cuenta con 7 anaqueles una vitrina, dos sillas, y que en un futuro no muy lejano se introducirá material de ferretería y posiblemente equipo de computo. Parte del material de ferretería son tubos PVC y también tubos galvanizados y de cobre, éste tipo de material cubre una superficie de 6 mts de largo. El equipo de computo requiere de por lo menos $1m^2$. A partir de ahí es necesario definir cual sería la mejor distribución.



Ω Azteca pág. 257 mzo. 94 Planeta.

Distribución dentro del local

Tonali. Palabra Azteca que puede significar,
Destino, Fortuna, Suerte, Plan, Programa[43].

La primera semana que se abrió el negocio, se puso una mesa, con unos cuantos artículos, la gente que pasaba por ahí pensaba que estabamos vendiendo dulces, sin embargo, eran artículos de papelería, los primeros días fueron muy difíciles, porque casi no había venta, cabe destacar que los días de apertura correspondieron a la última semana de Diciembre, período "no" escolar. Era importante para mí que el negocio estuviese abierto, antes de que los niños se reincorporaran a clases, es decir, procurar que la gente se percatará de la existencia del negocio. En un principio, sobre la mesa sólo había unas plumas, lápices, colores, gomas y sacapuntas, a un costado de la mesa, se encontraban unos cuantos cuadernos. Obviamente apareció mucha gente curiosa, con el fin de averiguar que era lo que se vendía, finalmente no compraban nada. Dentro de las personas que pasaban a visitarnos, había quienes pedían infinidad de artículos no propios de una papelería, por decir algo había quienes pedían ganchos para bordar, agujas, estambre, listones, dulces, alkalzelser, gel, refrescos, congeladas, moños, crema para labios, tornillos – lo que me hizo recapacitar seriamente en la ferretería -, etc. Lo que pude observar es que la gente del pueblo identifica a una papelería como un bonetería, razón por la cual, se demandaban artículos propios de una bonetería.

Una vez que se entrego el local, hubo la necesidad de hacer una distribución de la mercancía con la que se contaba, realmente no era mucha, al momento de ir desempaquetando la mercancía e ir colocándola en los anaqueles con gran sorpresa me percate de que faltaba surtir, esto es porque, solamente se había llenado un anaquel y la vitrina, ésta, de frente estaba semi-llena.

Debido al tamaño del local, la poca mercancía daba la apariencia de un lugar desierto, pero era lo que tenía y era suficiente para mantenerme.

[43] Ibid. Pág. 18

Dentro del primer grupo de productos que compre, había unos cuantos cuadernos, y otros artículos de poco volumen. Para empezar se puede decir que, no se compro mucha mercancía, ésta situación se dio, porque pienso que no se puede surtir cuanta mercancía se me ocurra, ya que posiblemente esta no se venda, mi idea por lo tanto se enfoco, a surtir aquellas cosas que demandara la gente. Por obvias razones la primer semana escolar, hubo una gran cantidad de faltantes, mismos que he tratado de reducir.

El local es de casi tres metros de frente por 5 de fondo, la vitrina esta colocada al frente tan solo a 60 cm. de la cortina. La vitrina es de metal, con dos entrepaños de vidrio transparente para que se puedan ver los artículos que se encuentran en el fondo. En la parte ultima de la vitrina hay un par de tablas, que son las que impiden ver el piso, actualmente en la vitrina encontramos: osos de peluche, plumas, mini-engrapadoras, papel fantasía, cutters, juegos de geometría, gomas, sacapuntas, diurex, masking tape, plastilina, lápices y cucas. Estas últimas habían sido muy demandadas.
Sobre la lista de productos que hay en existencia se sugiere ver **anexo** al final del presente trabajo.

En los anaqueles que están en la parte trasera de la vitrina hay cuadernos y papeles como el china, cartulinas, papel crepé, papel primavera y papel cascaron, folders, hojas blancas y de colores, solicitudes de empleo, pagarés, etc.

Aun hay faltantes de papelería que son mínimos en comparación de los que había en las primeras semanas del año, se ha tratado de disminuir esa desventaja en la medida de lo posible, sin embargo, es necesario pensar en la introducción de una fotocopiadora, ya que según he podido observar es un equipo que realmente no es muy demandado, pero que permite a través de este poder vender otros artículos.

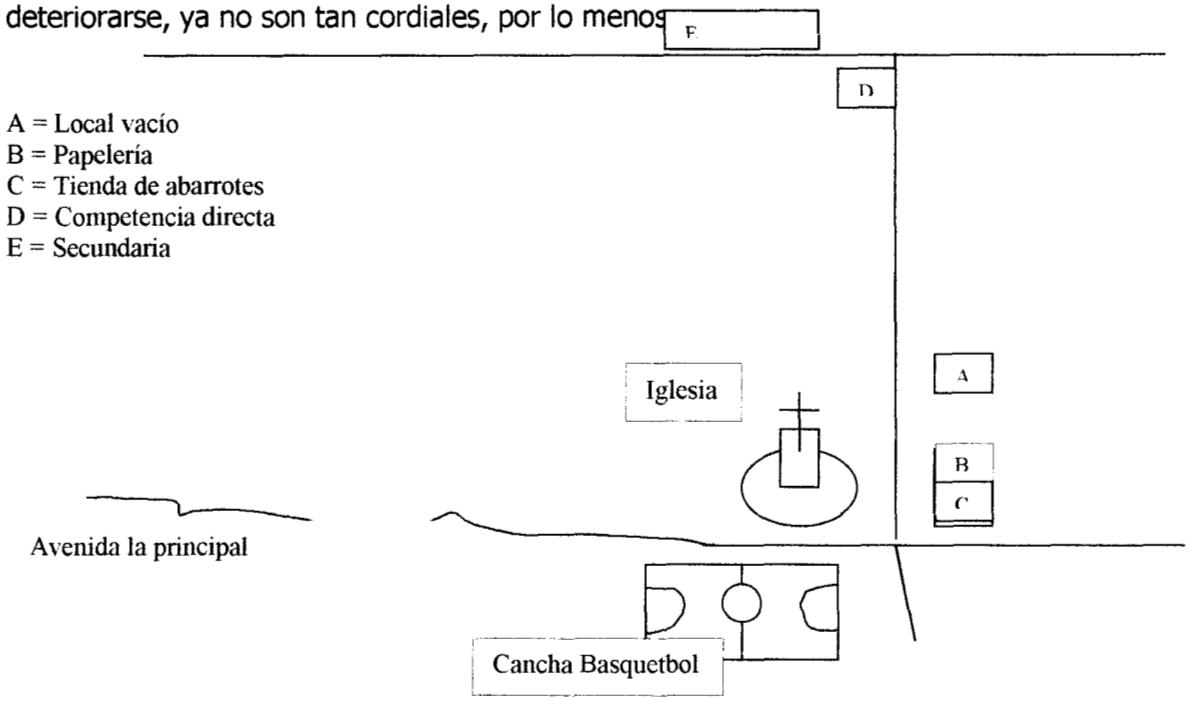
La primera mercancía que compre de material didáctico (monografías, biografías y relieves de plantas y animales), era muy pobre. En virtud de lo anterior, tome la decisión de comprar solo aquella mercancía que según las principales casas de venden en el mes, hasta ahora a resultado muy bien, sí ha hecho falta mercancía de este tipo pero es mínima. Por cierto que jamás imagine encontrar tal cantidad de títulos, tanto de monografías como de biografías.

Cambiando un poco el tema, cabría decir, que éstos artículos, dejan una utilidad considerable, sin embargo, hay un problema qué por mínimo que este sea no puede pasar desapercibido, "la demanda", es decir, el producto si puede ser demandado, pero por muy basta que sea la demanda la rotación del artículo es muy baja y aunque ésta fuese alta, el valor en si del articulo es mínimo. Por ejemplo: el costo de una monografía es de 49.5 centavos, el precio de venta al publico es de $1.00. Como se puede observar hay un muy buen margen, empero, cuanto tiempo se requerirá para vender 50 monografías de la misma. Esta situación implica, que es necesario desarrollar estrategias de venta que permitan una rotación elevada de estos artículos. Una de las ideas que rondan en mi cabeza es: colocar carretones anunciando las monografías y biografías del mes, a tal vez anunciar que se venden monografías y biografías. Quizás sean métodos tradicionales y por ende pueden funcionar. Por otra parte ya se entablaron conversaciones con algunos profesores de la primaria y Secundaria, haciendo el comentario de que hay una nueva papelería en el pueblo y de que queremos brindar un buen servicio y sólo lo lograremos con su colaboración por lo tanto se ha solicitado que nos den aviso de la mercancía que necesitan o del tipo de material que necesitan para poder surtirlo, siempre y cuando nos den un período de considerable de tiempo para conseguirlo, que podría ser de 15 días. Hasta ahora ningún profesor se ha acercado con nosotros, sin embargo esperamos que se acerquen muy pronto.

Hay una hilera de anaqueles colocados enfrente del muro situado a la izquierda de la vitrina, enfrente de la puerta de entrada. El destino de estos anaqueles es para material exclusivo de ferretería

Mi prima que es la actual responsable del negocio, en vista del poco tiempo disponible con el que cuento, se ha dado a la tarea de anotar aquellos faltantes de abrir y cerrar el negocio de acuerdo a lo acordado. Hasta el momento hemos coordinado sin mayor dificultad lo referente al negocio, hay ciertas situaciones que se presentan, que según ella requiere de mi presencia, como son visitas de agentes de ventas, obviamente, cuya finalidad es dejar mercancías sin costo por el momento, pero que finalmente tiene que ser pagadas. Algunas de las mercancías las he logrado conseguir en el centro de la ciudad de México, otras no. Lo que sí puedo decir es que mi prima ha sabido manejar la situación y no se ha dejado envolver.

Recientemente a petición de mi prima, y porque las ventas ya no se habían incrementado, me vi forzado a comprar dulces. Esta situación no fue muy del agrado de una tienda vecina, ya que en ésta también se venden dulces. El comentario surge porque, las relaciones de mi prima con la dueña de la tienda, eran muy buenas y cordiales, a partir de la introducción de los dulces estas relaciones comenzaron a deteriorarse, ya no son tan cordiales, por lo menos



Un hecho que, para mí, es importante resaltar, es que, con mi prima acordamos que el negocio se abriría a las 6:30 a.m., la tienda desde antes que se pusiera la papelería habría a las 7:00 a.m., a partir de la apertura de la papelería, la tienda se habré desde las 6:00 a.m. Desconozco si sus ventas hayan mejorado o no, pero noto un poco de envidia. Eso no es todo, el negocio se estableció relativamente cerca de una Secundaria.

La secundaria está a casi dos cuadras, cabe mencionar que muy cerca de la secundaria hay otra papelería, hasta donde yo sabía, ésta papelería, sólo estaba abierta en el horario escolar, es 8:00 a.m. a 14:30 y exclusivamente de Lunes a Viernes. Una que se abrió la papelería de la cual yo soy responsable, la competencia directa, decidió abrir más temprano y cerrar más tarde, ésta situación provoco no que cayeran nuestras ventas, pero sí que estas no se vieran incrementadas. Ante esta situación, tuve que implementar planes de contingencia. Dentro de estos planes está el de ampliar la gama de productos que actualmente se ofrecen, colocar anuncios sobre ofertas, y repartir volantes, me es grato mencionar que sí se han incrementado las ventas no al grado en que yo quisiera, sin embargo si se ha visto un repunte en las mismas.

Lo más interesante de los párrafos anteriores es la forma en la que se da la competencia, uno pudiese pensar que la competencia sólo esta en quienes participan en el mismo mercado, empero, la realidad es diferente. La competencia, no es sólo la venta de artículos o la cantidad de artículos, la competencia también se da en la forma del servicio, en la imagen del mismo negocio, en la atención, por supuesto que esto no es nada nuevo, lo que hace interesante esta situación es la vivencia misma, sólo a través de la experiencia uno puede cerciorarse de que tan efectiva es la teoría con la practica. Lo que he percibido de estas situaciones es que, los negocios, por lo menos los del pueblo de Santiago Tlacotepec, se fundamentan en una base económica muy por debajo de lo que en ocasiones se escribe en los libros. Por mencionar un caso, el de la tienda al lado de la papelería. El dueño, es una señora de mas de 50 años, tiene 4 hijas que son las que esta en la tienda, la señora si se preocupa por el negocio,

también lo atiende, y trabaja para el negocio, sus hijas no tanto, les da lo mismo que se venda a que no se venda, consumen mucho de lo que venden, y le ayudan muy poco a su mama, en los pedidos, las compras, las ventas, en fin a organizar o a administrar la tienda. Hay una persona que realmente esta interesada en el negocio, pero hay otras cuatro que no. Esto además de ser una crítica, es una forma de reflejar lo pudiese pasar en cualquier negocio, incluso con el que recientemente comienzo.

Seguridad y bienestar para el trabajador

Motivación. Se constituye por todos aquellos factores
capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta
de un individuo hacia un objetivo específico.
Arias Galicia F.[1]

El local, está bien construido, es de loza, no se corre ningún riesgo por la cimentación es apropiada para el tipo de lugar, la instalación de los anaqueles es segura, ya que todos estas unidos por tornillos, y por el peso que cargan tienen estabilidad, la vitrina cuenta con vidrios del numero 6 lo que permite seguridad cuando se coloca mercancía encima. La distribución hecha de los anaqueles permite un paso libre, la parte más estrecha es aquella que tiene 40cms, la misma ubicación de los estantes permite la fácil localización de la mercancía, así como los movimientos mínimos a fin de proporcionar una buena atención y calidad en el servicio.

Flexibilidad.

Nuestra mayor gloria no está en jamás caer,
sino en levantarnos cada vez que caemos.
Confusio

A pesar de haberse efectuado la distribución de los objetos con los que se cuenta, esta distribución pudiese ser sujeta a cambio, siempre y cuanto este cambio permita la optimización de tiempos así como beneficios para empleado como para el cliente.

[1] Admón. de Recursos Humanos "El comportamiento Humano" pág. 65 4ª edición 1989.

Organización del Recurso Humano

No temas de los enemigos que te atacan,
cuídate de los amigos que te adulan.
General A. Obregón

Todas las actividades y su administración deben ser previstas adecuadamente desde las etapas iniciales, ya que esa es la mejor manera de garantizar que los objetivos de la empresa pueden ser cumplidos.

Dentro de las actividades que aquí se desempeñan son:

- Atención a clientes
- Limpieza del área de trabajo
- Elaboración de requisición de material faltante
- Apertura y cierre del local.

Conclusiones

Cuando un hombre sabio señala la Luna, la gente
ordinaria levanta la vista para contemplar el dedo.
Carlos Cuauhtémoc Sánchez[Ω]

¿Qué? Este capitulo narra de forma sencilla cómo es qué un Seminario de Emprendedores cobra vida, poniendo en practica todas aquellas ideas o quizá aquella idea que surge en la cabeza cuando se está pesando en la posibilidad de un negocio. Este capítulo atrae en especial la atención porque, a pesar de exponer una experiencia muy particular es cierto, permite al lector descubrir que dentro de la inmensidad de posibilidades, es necesario hacer uso de la máxima facultad que poseemos los seres humanos y ésta es la de "decidir", decidir como él título del capitulo lo dice un ¿qué? Y una vez que se tiene éste dar rienda suelta a la imaginación a fin de encontrar el ¿cómo?.

¿Por qué? Aquí se exponen todos aquellos pormenores que conllevan convertir una idea en realidad, así como aquellas situaciones no previstas, pero que por el simple hecho de ser administradores, es necesario contemplarlas dentro de nuestro esquema de planeación. Cada subtema expone una toma de decisión diferente de acuerdo al tipo de situación que se presenta y en el contexto en el que se encuentra. Es importante que el lector descubra que cada decisión tomada permite avanzar con pasos más sólidos hacia el logro del objetivo del Seminario.

¿Cómo? Posiblemente los títulos de los capítulos, salgan de los común, pero realmente ésta era mi idea, en este capítulo ya no se habla de ideas abstractas o planteamientos, se habla de acciones, se expone de forma concreta la realización de las actividades que dan respuesta al ¿qué? él ¿cómo?. Hay un subtema llamado proyección aquí se plantea de forma objetiva cuáles son las posibilidades y oportunidades que se tienen el futuro a mediano y largo plazo, de acuerdo al tipo de negocio y al contexto en el que se desenvuelve éste.

[Ω] A Desperate Cry pág 187 Selected Diamond Editions 1995

¿Dónde? Este capitulo es complemento a la respuesta del ¿qué? también expone parte del ¿cómo?, concentrándose más en la parte interna del negocio, primero localiza al negocio en un punto optimo, después se procura qué éste tenga forma, que haya una distribución adecuada de todo aquello que conforma el negocio.
Finalmente se exponen las condiciones del Recurso humano ¿Cómo se encuentra y cual es su proyección?. En general el capitulo pretende una comprensión racional de los recursos Materiales y Humanos dentro de un negocio del pequeño comercio que surge como resultado de un Seminario de emprendedores.

El presente trabajo pone de manifiesto, a través de un ejemplo concreto y real, de que todo aquello que nos propongamos es factible, siempre y cuando conozcamos nuestras capacidades y habilidades, pero no solo esto es necesario tener presente el contexto en que nos encontramos, la gente con la que nos rodeamos y por supuesto la fe que tengamos en lo que se desea realizar. Es cierto, no hay nada escrito, la vida es como un cuaderno en blanco, nos pudiésemos preguntar entonces ¿por qué planear? Como administradores nos encontraremos en una empresa y dentro de ésta la planeación nos permitirá tener una clara idea de nuestra realidad presente, se pueden plantear escenarios diversos a futuro y ante estos dar respuestas planeadas o contingentes favorables.

Espero que a través del presente documento el lector haya captado el mensaje Sólo hay dos cosas que debemos ambicionar en la vida: Primero obtener lo que deseamos; Segundo disfrutar de ello. Sólo los más sabios de la humanidad logran lo segundo.
En mi mente quedan muchas ideas más, sin embargo, este no es un libro de motivación es un libro de experiencia, sobre emprendedores.

¡Gracias!

Análisis -breve del Anexo.

Cantidad. Columna "B" esta contiene un número que señala la cantidad de artículos que hay en existencia del producto;

Descripción Columna "C" contiene el nombre del producto.

Costo. Columna "D", aquí encontramos el precio al cual fue comprada la mercancía más el 15% correspondiente al iva.

Costo de conservación Columna "E", es la cantidad que se tiene que pagar por tener la mercancía almacenada, en este caso este costo incluye, la renta y el salario devengado durante un mes, que son los principales gastos que se hacen por mantener ahí la mercancía. El costo de conservación está medido en pesos, y es la cantidad que proporcionalmente paga cada producto por su almacenamiento.

Precio de venta Columna "F", cantidad a la que se ofrece la mercancía al publico consumidor. En este caso específico es de Precio de Costo más 45% de utilidad.

Venta mensual Columna "G", en ésta columna aparece una cantidad considerada, sobre él numero de artículos que de éste producto pueden venderse al mes. El propósito de tener ésta cantidad es saber nuestro inventario sobre cada producto.

Lote económico Columna "H", es la cantidad minina que puede haber en existencia, antes de realizar el siguiente pedido.

Ciclo de inventario Columna "I". Sirve para determinar el tiempo en que estará la mercancía sin movimiento, es decir, el tiempo necesario para resurtir la mercancía, desde que se compra hasta que se vende, transcurre cierto período de tiempo y este es el ciclo de inventario.

Costo de Pedido Columna "J", esta dado por la cantidad que se paga desde el momento de la elaboración de una requisición de material, hasta el momento en que la mercancía es colocada en el anaquel para su próxima venta, por lo regular el monto es el mismo para cada producto, independientemente del numero de artículos.

Punto de equilibrio Columna "L". Marca la cantidad mínima de venta de cada producto para recuperar la inversión hecha en éste.

Proyección Cantidad columna "M", específica cual es nuestra tendencia de ventas en numero de artículos de cada producto en un mes, por eso es que la cantidad que aquí aparece es muy reducida. Se pudieron sacar muchos otros datos estadísticos más, sin embargo, el propósito de éste trabajo no es exponer la estadística del negocio, empero, el desarrollo del mismo.

						Papelería Mio					
	Cant	DESCRIPCION	costo	Cost. conservación	precio de venta	Venta mensual	Lote Econom	ciclo inventa	Costo pedido	P.eq Canti	Proyec Cant
1	5	ABACO KOALA CHICO DE 50 BOLAS PIEZA	3.45	1.002004008	5.00	4.00	2.82	21	0.288184438	3	5
2	5	ABACO KOALA GRANDE DE 100 BOLAS PIEZA	6.90	1.002004008	10.01	3.00	2.44	24	0.288184438	3	5
3	10	ACUARELA PALETA CARTON C/12 COLORES PZA	3.93	2.004008016	5.70	6.00	2.60	13	0.288184438	6	9
4	10	Base de Terciopelo 15 x 20 Azul	2.83	2.004008016	4.10	5.00	1.28	8	0.288184438	6	9
5	25	BICOLOR GRUESO HEXASONAL N° 2200	1.37	5.01002004	1.99	5.00	0.89	5	0.288184438	14	23
6	25	BICOLOR HEXAGONAL PTO DELGADO 2030	1.01	5.01002004	1.46	20.00	4.40	7	0.288184438	14	23
7	3	BLOCK ALBANENE 90/95 GRS GRUESO OFIC 20H	14.49	0.601202405	21.01	3.00	6.46	65	0.288184438	2	3
8	3	BLOCK MILIMETRICO 50h BOND 60 gms NAR	5.47	0.601202405	7.93	6.00	1.94	10	0.288184438	2	3
9	25	Block miniapuntes peluchitos	0.55	5.01002004	0.80	30.00	2.81	3	0.288184438	14	23
10	6	BLOCK PAGARE 100 HOJAS 9 x 21.5 8600	9.54	1.20240481	13.83	1.00	1.51	45	0.288184438	3	5
11	12	BLOCK REMISION 1/8 ORIGINAL 45JG S1	1.83	2.404809619	2.65	2.00	1.45	22	0.288184438	7	11
12	5	BLOCK T/CARTA 50 H ESTRELLA C-5	4.51	1.002004008	6.54	2.00	2.28	34	0.288184438	3	5
13	5	BLOCK T/CARTA 50 H ESTRELLA C-7	4.51	1.002004008	6.54	5.00	3.60	22	0.288184438	3	5
14	5	BLOCK T/CARTA 50 H ESTRELLA RAYA	4.51	1.002004008	6.54	8.00	0.85	3	0.288184438	3	5
15	144	BLOCK TAQUIGRAFIA CORTO PELUCHITOS 70h	2.30	28.85771543	3.34	15.00	2.88	6	0.288184438	82	132
16	12	BOL WEAREVER 2000 FINO NEGRO	1.06	2.404809619	1.54	24.00	2.47	3	0.288184438	7	11
17	12	BOL WEAREVER 2000 FINO ROJO	1.06	2.404809619	1.54	24.00	1.75	2	0.288184438	7	11
18	24	BOL WEAREVER TEC MEDIANO ROJO 971- R PZA	1.12	4.809619238	1.62	24.00	2.54	3	0.288184438	14	22
19	12	BOL WEAREVER TEC FINO NEGRO	1.12	2.404809619	1.62	24.00	2.54	3	0.288184438	7	11
20	12	BOL WEAREVER TEC FINO ROJO	1.12	2.404809619	1.62	24.00	1.79	2	0.288184438	7	11
21	24	BOL WEAREVER TEC MEDIANO AZUL 971-A PZA	1.12	4.809619238	1.62	24.00	0.88	1	0.288184438	14	22
22	100	BOLA DE UNICEL N° 1 30 MM PZA	0.07	20.04008016	0.10	10.00	0.14	0	0.288184438	57	92
23	100	BOLA DE UNICEL N° 10 120 MM PZA	2.83	20.04008016	4.10	10.00	0.90	3	0.288184438	57	92
24	100	BOLA DE UNICEL N° 2 40 MM PZA	0.16	20.04008016	0.23	10.00	0.21	1	0.288184438	57	92
25	100	BOLA DE UNICEL N° 4 50 MM PZA	0.42	20.04008016	0.61	10.00	0.35	1	0.288184438	57	92
26	100	BOLA DE UNICEL N° 5A 65MM PZA	0.58	20.04008016	0.84	10.00	0.41	1	0.288184438	57	92
27	100	BOLA DE UNICEL N° 6 70 MM PZA	0.79	20.04008016	1.15	10.00	0.48	1	0.288184438	57	92
28	100	BOLA DE UNICEL N° 8 90 MM PZA	1.27	20.04008016	1.84	10.00	0.87	3	0.288184438	57	92
29	48	BOLIBRAFO BIC MEDIANO NEGRO PIEZA	1.08	9.619238477	1.57	48.00	3.52	2	0.288184438	27	44
30	12	BOLIGRAFO BIC DIAMANTE FINO AZUL	1.66	2.404809619	2.41	6.00	1.55	8	0.288184438	7	11
31	12	BOLIGRAFO BIC DIAMANTE MEDIANO NGO PIEZA	1.27	2.404809619	1.84	6.00	0.96	5	0.288184438	7	11
32	24	BOLIGRAFO BIC FINO AZUL	1.24	4.809619238	1.80	24.00	1.89	2	0.288184438	14	22
33	24	BOLIGRAFO BIC FINO NEGRO	1.12	4.809619238	1.62	48.00	2.54	2	0.288184438	14	22
34	24	BOLIGRAFO BIC FINO ROJO	1.12	4.809619238	1.62	24.00	1.79	2	0.288184438	14	22
35	24	BOLIGRAFO BIC MEDIANO AZUL PZA	1.12	4.809619238	1.62	24.00	1.47	2	0.288184438	14	22
36	36	BOLIGRAFO BIC MEDIANO ROJO PZA	1.12	7.214428858	1.62	24.00	1.79	2	0.288184438	21	33
37	24	BOLIGRAFO BIC MEDIANO VERDE	1.12	4.809619238	1.62	24.00	1.79	2	0.288184438	14	22
38	24	BOLIGRAFO TEC MEDIANO AZUL 971-A PZA	1.12	4.809619238	1.62	24.00	1.76	2	0.288184438	14	22
39	25	BOLSA CON RONDANA CARTA 2330-90R NASSA	0.71	5.01002004	1.03	10.00	0.90	3	0.288184438	14	23
40	25	BOLSA CON RONDANA ESCUELA 1625-90R NASSA	0.63	5.01002004	0.91	5.00	0.95	6	0.288184438	14	23
41	10	BORRADOR BLAIS MIRADO T L LAPIZ PIEZA	2.81	2.004008016	4.07	3.00	1.56	16	0.288184438	6	9

						Papelería Mio					
	Cant	DESCRIPCION	costo	Cost. conservación	precio de venta	Venta mensual	Lote Econom	ciclo inventa	Costo pedido	P.eq Canti	Proyec Cant
42	10	BORRADOR RETRACTIL EPACER PAPER M PIEZA	12.35	2.004008016	17.91	1.00	2.67	80	0.288184438	6	9
43	5	Broche de 8 cm Acco cajita c/50	12.67	1.002004008	18.37	1.00	3.49	105	0.288184438	3	5
44	3	CARTA PODER 50H	7.44	0.601202405	10.79	1.00	1.46	44	0.288184438	2	3
45	10	Cartulina Fluorescente Amarillo huevo	1.48	2.004008016	2.15	3.00	1.13	11	0.288184438	6	9
46	10	Cartulina Fluorescente Azul	1.48	2.004008016	2.15	3.00	1.13	11	0.288184438	6	9
47	10	Cartulina Fluorescente Naranja	1.48	2.004008016	2.15	3.00	1.13	11	0.288184438	6	9
48	10	Cartulina Fluorescente Papaya	1.48	2.004008016	2.15	3.00	1.13	11	0.288184438	6	9
49	10	Cartulina Fluorescente Rojo Neon	1.48	2.004008016	2.15	3.00	1.13	11	0.288184438	6	9
50	10	Cartulina Fluorescente Rosa Mex	1.48	2.004008016	2.15	3.00	1.13	11	0.288184438	6	9
51	10	Cartulina Fluorescente Verde	1.48	2.004008016	2.15	3.00	0.71	7	0.288184438	6	9
52	25	CARTULINA BRISTOL AZUL 58x65 DE 1A 58kg	0.70	5.01002004	1.02	20.00	0.90	1	0.288184438	14	23
53	50	CARTULINA BRISTOL BLANCA NASSA PZA	0.62	10.02004008	0.90	50.00	2.99	2	0.288184438	29	46
54	10	CARTULINA FLUORESCENTE AMA LIMON 47 X 66	1.47	2.004008016	2.13	10.00	0.92	3	0.288184438	6	9
55	50	Celomagico Mediano Surtido claro c/100	60.30	10.02004008	87.44	4.00	3.72	28	0.288184438	29	46
56	50	Celomagico Mini Surtido Claro c/100	31.04	10.02004008	45.01	4.00	3.78	28	0.288184438	29	46
57	25	Celosa Campana Pat 231 ancho 9 roja	15.14	5.01002004	21.95	2.00	1.87	28	0.288184438	14	23
58	25	Celosa Campanas Pat 231 ancho 5 oro	11.07	5.01002004	16.05	2.00	1.60	24	0.288184438	14	23
59	25	Celosa Esfera Pat 237 ancho 5 roja	11.42	5.01002004	16.56	2.00	1.62	24	0.288184438	14	23
60	25	Celosa Esfera Pat 237 ancho 9 oro	15.14	5.01002004	21.95	2.00	1.87	28	0.288184438	14	23
61	25	Celosa Flor Navidad Pat 238 ancho 9 oro	15.14	5.01002004	21.95	2.00	1.87	28	0.288184438	14	23
62	25	Celosa Nochebuena Pat 237 ancho 5 blanco	11.07	5.01002004	16.05	22.00	10.80	15	0.288184438	14	23
63	6	CINTA CANELA MARCA TUK 48 x 50 TIPO 179	4.08	1.20240481	5.92	6.00	1.88	9	0.288184438	3	5
64	20	Clip Tropicalizado N° 3 cajita c/100	2.03	4.008016032	2.94	10.00	2.42	7	0.288184438	11	18
65	10	COLORES BLANCA NIEVES 12 CORTOS	4.80	2.004008016	6.96	10.00	3.72	11	0.288184438	6	9
66	10	COLORES BLANCA NIEVES 12 LARGOS	9.60	2.004008016	13.92	10.00	9.59	29	0.288184438	6	9
67	3	COLORES F.CASTELL L/ROJA ESTUCHE C/12	21.58	0.601202405	31.29	1.00	2.49	75	0.288184438	2	3
68	10	COLORES MAPITA 12 CORTOS NO 102	4.80	2.004008016	6.96	10.00	3.72	11	0.288184438	6	9
69	10	COLORES MAPITA 12 ENTEROS NO 341	9.60	2.004008016	13.92	10.00	7.43	22	0.288184438	6	9
70	5	COMPAS ESCOLAR TUBULAR PLAST. BLI. MAR-ROS	2.16	1.002004008	3.13	2.00	2.04	31	0.288184438	3	5
71	3	COMPAS MENDZA ESCOLAR ECON.SEC-E 2040-SK	4.13	0.601202405	5.99	2.00	2.81	42	0.288184438	2	3
72	3	COMPAS MENDZA ESMALTAD LARGO BLIS 2030-B	17.53	0.601202405	25.42	3.00	3.89	39	0.288184438	2	3
73	10	CORRECTOR DE PAPEL RADEX	5.15	2.004008016	7.47	5.00	2.48	15	0.288184438	6	9
74	12	CORRECTOR LIQUIDO LIQUID PAPER PIEZA	7.33	2.404809619	10.63	12.00	9.18	23	0.288184438	7	11
75	3	CRAYON CARMEN EXTRAGRUESO DE 12	10.78	0.601202405	15.63	1.00	1.76	53	0.288184438	2	3
76	10	CRAYON DE CERA CARMEN CON 12	4.73	2.004008016	6.86	10.00	4.76	14	0.288184438	6	9
77	6	CRAYON DE CERA CARMEN CON 24	2.36	1.20240481	3.42	5.00	3.36	20	0.288184438	3	5
78	3	CUADERNO COSIDO PELUCHES F/I 100H BCO	6.97	0.601202405	10.11	5.00	5.78	35	0.288184438	2	3
79	3	CUADERNO DE DIBUJO (MARQUILLA)	14.36	0.601202405	20.82	3.00	6.43	64	0.288184438	2	3
80	3	CUADERNO DE DIBUJO AGUJETA 20 H BLANCO	41.23	0.601202405	59.78	3.00	8.43	84	0.288184438	2	3
81	5	CUADERNO ESPIRAL FRANCES COUNTRY 100h RAY	8.27	1.002004008	11.99	2.00	3.08	46	0.288184438	3	5
82	5	CUADERNO FRAN/ESPIRAL KID'S 100-DR	7.57	1.002004008	10.98	3.00	3.61	36	0.288184438	3	5

Papelería Mio

	Cant	DESCRIPCION	costo	Cost. conservación	precio de venta	Venta mensual	Lote Econom	ciclo inventa	Costo pedido	P.eq Canti	Proyec Cant
83	5	CUADERNO FRAN/ESPIRAL KID'S 100h R 72321	6.57	1.002004008	9.53	3.00	1.06	11	0.288184438	3	5
84	50	CUADERNO FRAN/GRAPA KID'S 100h R 72331	6.31	10.02004008	9.15	5.00	1.35	8	0.288184438	29	46
85	50	CUADERNO FRANCES ESPIRAL C/POST.100h RAY	5.83	10.02004008	8.45	3.00	1.00	10	0.288184438	29	46
86	50	CUADERNO ITAL/ESPIRAL KID'S 100h R 72221	6.57	10.02004008	9.53	3.00	1.06	11	0.288184438	29	46
87	50	CUADERNO ITALI/GRAPA KID'S 100h R 72231	6.31	10.02004008	9.15	3.00	1.04	10	0.288184438	29	46
88	50	CUADERNO ITALI/GRAPA KID'S 100H DR	7.28	10.02004008	10.56	3.00	1.12	11	0.288184438	29	46
89	50	CUADERNO ITALIANO ESPIR. C/POST.100h RAYA	5.83	10.02004008	8.45	3.00	1.42	14	0.288184438	29	46
90	25	CUADERNO PROF ELEMENTAL MESA JUV. 100h RA	5.57	5.01002004	8.08	25.00	4.00	5	0.288184438	14	23
91	25	CUADERNO PROF ELEMENTAL MINI INF.100h RA	5.57	5.01002004	8.08	25.00	11.55	14	0.288184438	14	23
92	3	CUADERNO PROF. JEAN BOOK 100 C-7	16.66	0.601202405	24.16	2.00	5.65	85	0.288184438	2	3
93	3	CUADERNO PROF. JEAN BOOK 100 RAYA	16.66	0.601202405	24.16	2.00	5.65	85	0.288184438	2	3
94	3	CUADERNO PROFESIONAL 100h RAYA PZA	8.33	0.601202405	12.08	2.00	4.00	60	0.288184438	2	3
95	3	CUADERNO PROFESIONAL BREAK 100H BCO	11.07	0.601202405	16.05	2.00	4.61	69	0.288184438	2	3
96	3	CUADERNO PROFESIONAL LOONEY T. 100H RAY	11.35	0.601202405	16.46	2.00	3.61	54	0.288184438	2	3
97	5	CUADERNOPROFESIONAL ELEMENTAL 100H BCO	5.60	1.002004008	8.12	3.00	4.01	40	0.288184438	3	5
98	3	Diamantina en caton Azul fuerte	2.99	0.601202405	4.34	1.00	1.69	51	0.288184438	2	3
99	3	Diamantina en caton Fiusha	2.99	0.601202405	4.34	1.00	1.69	51	0.288184438	2	3
100	3	Diamantina en caton Naranja	2.99	0.601202405	4.34	1.00	1.69	51	0.288184438	2	3
101	3	Diamantina en caton Rosa Claro	2.99	0.601202405	4.34	1.00	1.69	51	0.288184438	2	3
102	3	DICC. LARAUSE ESCOLAR RJO.1010 IVA EXENTO	22.40	0.601202405	32.48	1.00	4.63	139	0.288184438	2	3
103	3	DICC. LARAUSE ING-ESPAÑOL 1530 IVA EXENTO	19.16	0.601202405	27.78	1.00	0.68	20	0.288184438	2	3
104	120	Diurex Tikito 12 x 2.5 escolar	0.20	24.04809619	0.29	30.00	1.31	1	0.288184438	69	110
105	10	Diurex Tuk 12 x 33 Tipo 210	2.20	2.004008016	3.19	5.00	3.98	24	0.288184438	6	9
106	2	Escuadra Vinyl 2011 topac ocon gr N°20	12.67	0.400801603	18.37	1.00	3.02	91	0.288184438	1	2
107	4	Escuadra Vinyl 2013 c/gradua s/bisel N°20	12.67	0.801603206	18.37	1.00	4.27	128	0.288184438	2	4
108	2	Escuadra Vinyl 2030 s/gradua s/bisel N°20	12.29	0.400801603	17.82	1.00	4.20	126	0.288184438	1	2
109	2	Espiral N° 2 Bolsa c/100	13.80	0.400801603	20.01	1.00	3.64	109	0.288184438	1	2
110	3	ETIQUETA ADHESIVA JANEL 09 X 13 BL NO 01	7.42	0.601202405	10.76	1.00	0.46	14	0.288184438	2	3
111	100	FOLDER "NASSA" T/CARTA COLOR AZUL PZA	0.36	20.04008016	0.52	10.00	0.32	1	0.288184438	57	92
112	100	FOLDER "NASSA" T"OFICIO COLOR CREMA PZA	0.38	20.04008016	0.55	10.00	0.66	2	0.288184438	57	92
113	25	FOLDER CARTA COLORFOLDER VERDE	2.15	5.01002004	3.12	10.00	2.49	7	0.288184438	14	23
114	10	FOLDER DE COSTILLA CARTA AZUL PIEZA	1.76	2.004008016	2.55	2.00	1.01	15	0.288184438	6	9
115	10	Folder de costilla T/carta Amarillo	2.09	2.004008016	3.03	2.00	1.10	16	0.288184438	6	9
116	10	Folder de costilla T/carta Verde	2.09	2.004008016	3.03	2.00	1.10	16	0.288184438	6	9
117	10	Gioser de carton Gotica 15 mm	2.65	2.004008016	3.84	2.00	1.23	19	0.288184438	6	9
118	10	Gioser de carton Gotica 2.0 cm	3.34	2.004008016	4.84	2.00	1.27	19	0.288184438	6	9
119	12	GIS BLANCO CAJA DE 12 PIEZAS	1.24	2.404809619	1.80	2.00	2.67	40	0.288184438	7	11
120	1	GIS BLANCO DE 150 PIEZAS	11.91	0.200400802	17.27	0.25	2.93	351	0.288184438	1	1
121	1	GIS BLANCO DE 50 PIEZAS	3.90	0.200400802	5.66	1.00	1.67	50	0.288184438	1	1
122	4	GLOBOS BOLSA DEL N° 4 C/100	6.96	0.801603206	10.09	3.00	3.87	39	0.288184438	2	4
123	4	GLOBOS BOLSA DEL N° 7 C/100	16.69	0.801603206	24.20	4.00	6.20	46	0.288184438	2	4

			Papelería Mio								
	Cant	DESCRIPCION	costo	Cost. conservación	precio de venta	Venta mensual	Lote Econom	ciclo inventa	Costo pedido	P.eq Canti	Proyec Cant
124	5	GLOBOS BOLSA DEL N° 9 C/100	20.64	1.002004008	29.93	4.00	2.44	18	0.288184438	3	5
125	40	GOMA FACTYS S-20 PIEZA	1.73	8.016032064	2.51	25.00	1.76	2	0.288184438	23	37
126	40	GOMA PELIKAN BR 40 EN CAJITA PZA	0.79	8.016032064	1.15	20.00	0.75	1	0.288184438	23	37
127	80	GOMA PELIKAN BR 88 EN CAJITA PIEZA	0.35	16.03206413	0.51	10.00	0.58	2	0.288184438	46	73
128	30	GOMA PELIKAN WS 30 EN CAJITA PIEZA	0.64	6.012024048	0.93	10.00	0.55	2	0.288184438	17	27
129	60	GOMA PELIKAN WS 60 EN CAJITA PZA	0.37	12.0240481	0.54	30.00	1.63	2	0.288184438	34	55
130	12	GOMA TIPO LAPIZ HAPPY ERASER L P/LAPIZ	2.45	2.404809619	3.55	2.00	2.65	40	0.288184438	7	11
131	2	HOJA BCA LEED PHOT T/CARTA DE 36 KG. PAQ C/5	0.06	0.400801603	0.09	3.00	0.72	7	0.288184438	1	2
132	1	HOJA BCA LEEDS PHOT T/OFICIO DE 50 KG. PAQ C/	0.07	0.200400802	0.10	0.25	0.22	27	0.288184438	1	1
133	1	HOJA DE PARRA BLANCA CAJITA C/100 PZA	0.49	0.200400802	0.71	0.25	0.59	71	0.288184438	1	1
134	1	HOJA DE PARRA VERDE CAJITA C/100 PZA	0.49	0.200400802	0.71	0.25	0.59	71	0.288184438	1	1
135	1	HOJA DE TRABAJO 50 HJS DOBLE CARTA 5009	15.09	0.200400802	21.88	1.00	6.59	198	0.288184438	1	1
136	1	HOJA LERDO 50 HOJAS COLOR CANARIO	6.93	0.200400802	10.05	1.00	1.41	42	0.288184438	1	1
137	10	JUEGO DE GEOMETRIA ACUATICO 240 CH. MAR.ROS	4.63	2.004008016	6.71	5.00	2.58	15	0.288184438	6	9
138	10	JUEGO DE JEOMETRIA GRANDE 10 GDE.MAR-ROS	6.87	2.004008016	9.96	5.00	4.45	27	0.288184438	6	9
139	5	JUEGO GEOMETRIA GRANDE 10 GDE. MAR-ROS	6.13	1.002004008	8.89	5.00	4.20	25	0.288184438	3	5
140	5	JUEGO GEOMETRIA SIDERAL 130 MED. MAR- ROS	4.97	1.002004008	7.21	5.00	2.44	15	0.288184438	3	5
141	12	Lapicero Bic Pencil .5 mm	2.94	2.404809619	4.26	6.00	1.59	8	0.288184438	7	11
142	20	LAPIZ ADHESIVO JUNIOR STIC DE 8 gms	2.85	4.008016032	4.13	10.00	1.81	5	0.288184438	11	18
143	25	LAPIZ ADHESIVO PRITT 10 gms. LOONEY TUNES	5.13	5.01002004	7.44	10.00	2.43	7	0.288184438	14	23
144	25	LAPIZ ADHESIVO PRITT DE 10gms	4.75	5.01002004	6.89	10.00	0.97	3	0.288184438	14	23
145	144	LAPIZ AMARILLO TOUCAN PIEZA	0.41	28.85771543	0.59	10.00	0.51	2	0.288184438	82	132
146	45	LAPIZ BIC CONTE EVOLUCIÓN	1.45	9.018036072	2.10	20.00	1.83	3	0.288184438	26	41
147	25	LAPIZ DIXON LOONEY TUNES 4004/4002	1.79	5.01002004	2.60	20.00	1.01	2	0.288184438	14	23
148	100	LAPIZ MERCURIO NO 2	0.59	20.04008016	0.86	20.00	0.58	1	0.288184438	57	92
149	100	LAPIZ MIRADO GRUESO NUMERO 2 PIEZA	1.35	20.04008016	1.96	20.00	0.88	1	0.288184438	57	92
150	100	LAPIZ TAQUIGRAFIA SECRETARY 758	0.85	20.04008016	1.23	5.00	0.78	5	0.288184438	57	92
151	20	LAPIZ TURQUOISE N° 6B	2.59	4.008016032	3.76	3.00	1.06	11	0.288184438	11	18
152	20	LAPIZ TURQUOISE N° 6H	2.59	4.008016032	3.76	3.00	1.06	11	0.288184438	11	18
153	20	LAPIZ TURQUOISE No HB PIEZA	2.59	4.008016032	3.76	3.00	0.86	9	0.288184438	11	18
154	30	LAPIZ VERITHIN ROJO CARMIN 745 PIEZA	1.81	6.012024048	2.62	24.00	1.58	2	0.288184438	17	27
155	50	Letania o Novena p/posada	0.30	10.02004008	0.44	5.00	0.93	6	0.288184438	29	46
156	5	LIGA SOL COLOR N° 18 BOLSA DE 80 GRS	4.31	1.002004008	6.25	5.00	3.52	21	0.288184438	3	5
157	5	Liga Sol Natural N° 18 Bolsa de 80grs	3.57	1.002004008	5.18	5.00	3.20	19	0.288184438	3	5
158	5	Liga Sol Natural N° 33 Bolsa de 80grs	3.57	1.002004008	5.18	3.00	1.76	18	0.288184438	3	5
159	10	MARCADOR CERA TIPO LAPIZ ROJO PIEZA	3.17	2.004008016	4.60	3.00	1.51	15	0.288184438	6	9
160	12	MARCADOR ESTERBROOK NEGRO PIEZA	8.18	2.404809619	11.86	10.00	4.43	13	0.288184438	7	11
161	12	Marcador Esterbrook Rojo	7.79	2.404809619	11.30	10.00	4.32	13	0.288184438	7	11
162	12	MARCATEXTOS FLUOR DIXON AMA-LIM 47025	1.98	2.404809619	2.87	5.00	2.39	14	0.288184438	7	11
163	5	MASKING TAPE JANEL «12"» 18 X 10 PZA	1.75	1.002004008	2.54	5.00	2.24	13	0.288184438	3	5
164	5	Masking tape Jenel 121 18 x 10	1.74	1.002004008	2.52	5.00	2.89	17	0.288184438	3	5

		Papelería Mio									
	Cant	DESCRIPCION	costo	Cost. conservación	precio de venta	Venta mensual	Lote Econom	ciclo inventa	Costo pedido	P.eq Canti	Proyec Cant
165	3	MASKING TAPE TUK 18 * 50 3/4' TIPO 110	6.42	0.601202405	9.31	2.00	6.08	91	0.288184438	2	3
166	1	MOÑO MICRO COLORES SURTIDO APRX. 2 CM	0.19	0.200400802	0.28	1.00	0.43	13	0.288184438	1	1
167	3	Nieve en Aereosol Alben elg/roja	10.49	0.601202405	15.21	1.00	3.17	95	0.288184438	2	3
168	3	Nieve en Aereosol Alben elg/roja	16.03	0.601202405	23.24	1.00	6.79	204	0.288184438	2	3
169	1	PALC DE MADERA MEDIDA 4 * 30 -KILO	13.17	0.200400802	19.10	1.00	6.15	185	0.288184438	1	1
170	1	PALO DE MADERA MEDIDA 4 * 45 -KILO	13.17	0.200400802	19.10	1.00	6.15	185	0.288184438	1	1
171	1	PALO DE MADERA TIPO ABATELENGUA BOLSA	14.09	0.200400802	20.43	1.00	6.37	191	0.288184438	1	1
172	1	Palo de Madera tipo cuadrado Bolsa	10.97	0.200400802	15.91	1.00	0.99	30	0.288184438	1	1
173	32	PAÑUELO DESECHABLE MARCA KLEENEX PZA	1.27	6.412825651	1.84	24.00	1.87	2	0.288184438	18	29
174	25	PAPEL AMERICA EN ROLLO C/25 MTS.AZUL PST	1.64	5.01002004	2.38	5.00	0.97	6	0.288184438	14	23
175	25	PAPEL BOND EXTENDIDO 70 * 95 BCO 40K	0.53	5.01002004	0.77	20.00	1.10	2	0.288184438	14	23
176	25	PAPEL BOND EXTENDIDO 70 * 95 CUAD 5 40K	0.53	5.01002004	0.77	20.00	1.75	3	0.288184438	14	23
177	10	PAPEL CASCARON DE 1/2 PLIEGO	4.08	2.004008016	5.92	2.00	1.53	23	0.288184438	6	9
178	10	PAPEL CASCARON DE 1/4 PLIEGO	2.04	2.004008016	2.96	2.00	1.08	16	0.288184438	6	9
179	10	PAPEL CASCARON DE 1/8 PLIEGO	1.02	2.004008016	1.48	2.00	0.48	7	0.288184438	6	9
180	25	PAPEL CELOPHAN COLOR BLANCO 90 X 100	0.55	5.01002004	0.00	2.00	0.36	5	0.288184438	14	23
181	25	Papel Couche ideas y prom. Navidad	1.69	5.01002004	2.45	5.00	0.99	6	0.288184438	14	23
182	25	Papel Couche ideas y prom. Navidad	1.69	5.01002004	2.45	5.00	0.99	6	0.288184438	14	23
183	25	Papel Couche ideas y prom. Navidad	1.69	5.01002004	2.45	5.00	1.56	9	0.288184438	14	23
184	10	Papel Crepe Colibri Azul fuerte	1.05	2.004008016	1.52	5.00	1.23	7	0.288184438	6	9
185	10	Papel Crepe Colibri Blanco	1.05	2.004008016	1.52	2.00	0.78	12	0.288184438	6	9
186	10	Papel Crepe Colibri Lila	1.05	2.004008016	1.52	2.00	0.78	12	0.288184438	6	9
187	10	Papel Crepe Colibri Rojo	1.05	2.004008016	1.52	2.00	0.78	12	0.288184438	6	9
188	10	Papel Crepe Colibri Rosa	1.05	2.004008016	1.52	2.00	0.78	12	0.288184438	6	9
189	10	Papel Crepe Colibri Verde Bandera	1.05	2.004008016	1.52	2.00	0.78	12	0.288184438	6	9
190	10	PAPEL CREPE COLIBRI N° 01 MANDARIN PLIEGO	1.05	2.004008016	1.52	2.00	0.25	4	0.288184438	6	9
191	100	PAPEL CHINA COLIBRI MANDARIN PLIEGO	0.24	20.04008016	0.35	10.00	0.26	1	0.288184438	57	92
192	100	PAPEL CHINA OCHOA COLOR BLANCO PLIEGO	0.23	20.04008016	0.33	10.00	2.57	8	0.288184438	57	92
193	1	PAPEL FLUORECENTE COLORES SURTIDOS HOJAS	0.15	0.200400802	0.22	1.00	0.21	6	0.288184438	1	1
194	10	Papel Gamusina Azul Rey	2.08	2.004008016	3.02	2.00	1.09	16	0.288184438	6	9
195	10	Papel Gamusina Canario	2.08	2.004008016	3.02	2.00	1.09	16	0.288184438	6	9
196	10	PAPEL GAMUSINA GRIS 65 X 50cm	2.08	2.004008016	3.02	2.00	1.09	16	0.288184438	6	9
197	10	Papel Gamusina Rojo	2.08	2.004008016	3.02	2.00	1.09	16	0.288184438	6	9
198	10	Papel Gamusina Rosa	2.08	2.004008016	3.02	2.00	1.09	16	0.288184438	6	9
199	10	Papel Gamusina Verde Perico	2.08	2.004008016	3.02	2.00	1.09	16	0.288184438	6	9
200	10	PAPEL ILUSTRACION DE 1/2 PLIEGO	7.04	2.004008016	10.21	2.00	2.01	30	0.288184438	6	9
201	10	PAPEL ILUSTRACION DE 1/4 PLIEGO	3.52	2.004008016	5.10	2.00	1.42	21	0.288184438	6	9
202	10	PAPEL ILUSTRACION DE 1/8 PLIEGO	1.76	2.004008016	2.55	2.00	0.64	10	0.288184438	6	9
203	25	Papel Lustre Azul acuamarino	0.78	5.01002004	1.13	2.00	0.42	6	0.288184438	14	23
204	25	Papel Lustre Azul rey	0.78	5.01002004	1.13	2.00	0.42	6	0.288184438	14	23
205	25	Papel Lustre Blanco	0.78	5.01002004	1.13	5.00	0.67	4	0.288184438	14	23

			Papelería Mio								
	Cant	DESCRIPCION	costo	Cost. conservación	precio de venta	Venta mensual	Lote Econom	ciclo inventa	Costo pedido	P.eq Canti	Proyec Cant
206	25	Papel Lustre Canario	0.78	5.01002004	1.13	5.00	0.67	4	0.288184438	14	23
207	25	PAPEL LUSTRE COL, NARANJA	0.78	5.01002004	1.13	5.00	0.67	4	0.288184438	14	23
208	25	PAPEL LUSTRE COL, NEGRO	0.78	5.01002004	1.13	2.00	0.42	6	0.288184438	14	23
209	25	Papel Lustre Rojo	0.78	5.01002004	1.13	5.00	0.67	4	0.288184438	14	23
210	25	Papel Lustre Rosa Mexicano	0.78	5.01002004	1.13	3.00	0.52	5	0.288184438	14	23
211	25	Papel Lustre Verde Bandera	0.78	5.01002004	1.13	5.00	0.67	4	0.288184438	14	23
212	25	Papel Lustre Verde Nilo	0.78	5.01002004	1.13	2.00	2.12	32	0.288184438	14	23
213	1	PAPEL PASTEL COLORES SURTIDOS HOJAS	0.15	0.200400802	0.22	1.00	0.13	4	0.288184438	1	1
214	25	PEGA AS NO. 1 CHICO 20 gms. PIEZA	0.60	5.01002004	0.87	20.00	1.70	3	0.288184438	14	23
215	12	PEGAMENTO INVISIBLE JUNIOR CLEAR 38 gms	1.96	2.404809619	2.84	6.00	1.16	6	0.288184438	7	11
216	25	PEGAMENTO KRAZY KOLA LOKA DE 2 gms	6.73	5.01002004	9.76	15.00	3.81	8	0.288184438	14	23
217	20	PEGAMENTO UHU PEGATODO N°12 TUBO 20 ml.	6.69	4.008016032	9.70	5.00	3.10	19	0.288184438	11	18
218	10	PEGAMENTO UHU PEGATODO N°13 TUBO 33 ml.	9.99	2.004008016	14.49	5.00	6.92	42	0.288184438	6	9
219	3	PELOTA DE ESPONJA SATELITE N° 2	1.66	0.601202405	2.41	5.00	0.98	6	0.288184438	2	3
220	25	PEGAMENTO UHU PEGATODO N°10 TUBO 8 ml.	3.89	5.01002004	5.64	2.00	1.93	29	0.288184438	14	23
221	6	PILA ALCALINA DURACELL 'AA' N 1500 BL/4	24.14	1.20240481	35.00	5.00	3.73	22	0.288184438	3	5
222	25	Pincel semieconom tamaño madera Morado	0.42	5.01002004	0.61	2.00	0.31	5	0.288184438	14	23
223	25	Pincel semieconom tamaño madera Rojo	0.42	5.01002004	0.61	2.00	0.31	5	0.288184438	14	23
224	25	Pincel semieconom tamaño madera verde	0.42	5.01002004	0.61	2.00	0.31	5	0.288184438	14	23
225	25	PINCEL SEMIECONOM. TAMAYO MADERA AMARI. 4	0.41	5.01002004	0.59	2.00	0.31	5	0.288184438	14	23
226	25	PINCELIN WEAREVER COL. NEGRO 301 PIA	1.09	5.01002004	1.58	2.00	0.79	12	0.288184438	14	23
227	10	PINT VINCI CARTEL 50 AMARILLIMON PIEZA	2.25	2.004008016	3.26	2.00	1.14	17	0.288184438	6	9
228	10	PINT VINCI CARTEL 54A ROJO PIEZA	2.25	2.004008016	3.26	2.00	1.14	17	0.288184438	6	9
229	10	PINT VINCI CARTEL 654 AZUL COBALTO PZA	2.42	2.004008016	3.51	2.00	1.18	18	0.288184438	6	9
230	10	PINT VINCI PASTEL 80 AMAR PASTEL PIEZA	2.25	2.004008016	3.26	2.00	1.14	17	0.288184438	6	9
231	10	PINT VINCI PASTEL 84 AZUL PASTEL PIEZA	2.25	2.004008016	3.26	2.00	1.14	17	0.288184438	6	9
232	10	PINT VINCI PASTEL 84 ROSA MEXICANO PZA	2.25	2.004008016	3.26	2.00	1.04	16	0.288184438	6	9
233	12	PINTURA OLEO 8 CC AMAR CLARO N° 02 PZA	4.04	2.404809619	5.86	2.00	1.52	23	0.288184438	7	11
234	10	Pinturas Vinci Cartel 53 Rojo Naranja	2.25	2.004008016	3.26	2.00	1.14	17	0.288184438	6	9
235	10	Pinturas Vinci Cartel 62 Verde Amarillo	2.25	2.004008016	3.26	2.00	1.14	17	0.288184438	6	9
236	10	Pinturas Vinci Cartel 63 Verde Esmeralda	2.25	2.004008016	3.26	2.00	1.14	17	0.288184438	6	9
237	10	Pinturas Vinci Cartel 72 Blanco Letrer	2.25	2.004008016	3.26	2.00	1.47	22	0.288184438	6	9
238	6	PLASTILINA MODELINA EN CAJITA DE 10 COL.	1.56	1.20240481	2.26	2.00	1.22	18	0.288184438	3	5
239	6	Plastilina Viinci de 200 grs Azul Ultramarino	1.54	1.20240481	2.23	2.00	1.22	18	0.288184438	3	5
240	6	Plastilina Viinci de 200 grs Blanco	1.54	1.20240481	2.23	2.00	1.22	18	0.288184438	3	5
241	6	Plastilina Viinci de 200 grs Café	1.54	1.20240481	2.23	2.00	1.22	18	0.288184438	3	5
242	6	Plastilina Viinci de 200 grs Gris	1.54	1.20240481	2.23	2.00	1.22	18	0.288184438	3	5
243	6	Plastilina Viinci de 200 grs Naranja	1.54	1.20240481	2.23	2.00	1.22	18	0.288184438	3	5
244	6	Plastilina Viinci de 200 grs Rojo	1.54	1.20240481	2.23	2.00	1.22	18	0.288184438	3	5
245	6	Plastilina Viinci de 200 grs Rosa	1.54	1.20240481	2.23	2.00	1.22	18	0.288184438	3	5
246	6	Plastilina Viinci de 200 grs Verde P	1.54	1.20240481	2.23	2.00	1.22	18	0.288184438	3	5

		Papelería Mio									
	Cant	DESCRIPCION	costo	Cost. conservación	precio de venta	Venta mensual	Lote Econom	ciclo inventa	Costo pedido	P.eq Canti	Proyec Cant
247	6	Plastilina Viinci de 200 grs Violeta	1.54	1.20240481	2.23	2.00	1.22	18	0.288184438	3	5
248	6	PLASTILINA VINCI DE 200 gms AMAR 21	1.54	1.20240481	2.23	2.00	1.33	20	0.288184438	3	5
249	5	Plumones Blancanieves c/10 colores est	10.35	1.002004008	15.01	2.00	3.45	52	0.288184438	3	5
250	5	Plumones Marcana est c/5	6.84	1.002004008	9.92	1.00	1.28	38	0.288184438	3	5
251	12	PLUMONES MARKANA 3030 COLOR AMARILLO	1.05	2.404809619	1.52	1.00	0.55	16	0.288184438	7	11
252	10	PUNTILLAS WEAREVER 0.5 MM TUBO C/10 P10C	2.35	2.004008016	3.41	10.00	2.37	7	0.288184438	6	9
253	12	PUNTILLAS WEAREVER 0.57MM TUBO C/10 P700	2.55	2.404809619	3.70	2.00	0.77	11	0.288184438	7	11
254	25	REGLA DE PLASTICO CRISTAL 30cms BACO	0.79	5.01002004	1.15	5.00	1.95	12	0.288184438	14	23
255	3	REPUESTO ERACER PIEZA	6.14	0.601202405	8.90	1.00	1.21	36	0.288184438	2	3
256	12	RESALTADOR FLUO ALERTA 1 AM-LIM 450AL PZA	3.61	2.404809619	5.23	2.00	1.32	20	0.288184438	7	11
257	12	RESALTADOR FLUO PLUS REDO. AMA-LIM 440 PZA	3.74	2.404809619	5.42	2.00	1.34	20	0.288184438	7	11
258	12	Resaltador Fluor. Alerta 1 Ros-Mex 450 R	3.61	2.404809619	5.23	2.00	1.32	20	0.288184438	7	11
259	12	Resaltador Fluor. Alerta 1 Verde 450 V	3.61	2.404809619	5.23	2.00	1.44	22	0.288184438	7	11
260	10	Resistol 5000 en tobo de 21 cc	7.78	2.004008016	11.28	5.00	6.11	37	0.288184438	6	9
261	3	RESISTOL 850 DE 250 gms	13.16	0.601202405	19.08	1.00	1.95	58	0.288184438	2	3
262	10	RESISTOL 850 DE 30 gms GIRA PEGA ESC.	2.97	2.004008016	4.31	12.00	3.20	8	0.288184438	6	9
263	10	RESISTOL 850 DE 60gms ECONOMICO,	5.20	2.004008016	7.54	2.00	1.09	16	0.288184438	6	9
264	25	SACAPUNTAS FILO HACHA PIEZA	0.45	5.01002004	0.65	10.00	0.72	2	0.288184438	14	23
265	25	SACAPUNTAS FILO REDONDO PIEZA	0.47	5.01002004	0.68	10.00	1.84	6	0.288184438	14	23
266	4	Sacapuntas Metalico Chateu Sencillo	4.74	0.801603206	6.87	10.00	2.34	7	0.288184438	2	4
267	25	Sacapuntas Chateu cuadrado/barril	0.47	5.01002004	0.68	10.00	1.30	4	0.288184438	14	23
268	8	Serpentina Chica Morysan N° 6 Multicolor	2.67	1.603206413	3.87	1.00	0.28	8	0.288184438	5	7
269	100	Sobre Carta Blanco 63 boston 6 3/4 nassa	0.09	20.04008016	0.13	2.00	0.42	6	0.288184438	57	92
270	3	SOLICITUD DE EMPLEO BLOCK DE 25H 2002	5.67	0.601202405	8.22	1.00	1.28	38	0.288184438	2	3
271	10	TABLA FIBRACEL 20 * 20	0.93	2.004008016	1.35	3.00	0.90	9	0.288184438	6	9
272	10	TABLA FIBRACEL 20 * 30	1.39	2.004008016	2.02	3.00	0.69	7	0.288184438	6	9
273	25	Tabla Peridica Chica	0.09	5.01002004	0.13	2.00	0.14	2	0.288184438	14	23
274	25	TABLA PERIODICA MEDIANA	0.32	5.01002004	0.46	5.00	2.15	13	0.288184438	14	23
275	1	Tarjeta Bristol Blanca 3 x 5 paq. 100	2.83	0.200400802	4.10	0.25	1.43	171	0.288184438	1	1
276	1	Tarjeta Bristol Blanca 4 x 6 paq. 100	4.60	0.200400802	6.67	0.25	1.82	218	0.288184438	1	1
277	1	Tarjeta Bristol RAyada 3 x 5 paq. 100	3.58	0.200400802	5.19	1.00	1.60	48	0.288184438	1	1
278	4	Tarjeta Bristol Rayada 4 x 6 paq. 100	5.77	0.801603206	8.37	2.00	3.33	50	0.288184438	2	4
279	3	TIJERA BARRILITO INOXIDAB. ESCOLAR 146-5	11.93	0.601202405	17.30	1.00	0.83	25	0.288184438	2	3
280	50	TIJERA ESCOLAR C/ARO PLASTICO MAR-ROS	0.92	10.02004008	1.33	10.00	2.97	9	0.288184438	29	46
281	3	Tijera Escolar Crayola Blister	7.57	0.601202405	10.98	1.00	1.48	44	0.288184438	2	3
282	10	TINTA CHINA PELIKAN 518 30 ml. NEGRA PZA	6.80	2.004008016	9.86	1.00	0.88	27	0.288184438	6	9
283	25	TRANSPORTADOR GRANDE N° 115200 BACO PZA	1.61	5.01002004	2.33	2.00	0.68	10	0.288184438	14	23
284	20	Vela p/posada Gloria	2.10	4.008016032	3.05	1.00	0.45	13	0.288184438	11	18
285	30	BIOGRAFIAS	3.00	6.012024048	4.35	1.00	2.94	88	0.288184438	17	27
286	1	BANDERA CHICA -PAPEL C/100	22.00	0.200400802	31.90	0.10	2.52	755	0.288184438	1	1
287	1	BANDERA GRANDE -PAPEL C/100	33.00	0.200400802	47.85	0.10	1.38	413	0.288184438	1	1

						Papelería Mio					
	Cant	DESCRIPCION	costo	Cost. conservación	precio de venta	Venta mensual	Lote Econom	ciclo inventa	Costo pedido	P.eq Canti	Proyec Cant
288	5	BOLSA P/ REGALO PAPEL ALUMINIO	4.00	1.002004008	5.80	2.00	1.38	21	0.288184438	3	5
289	12	BOLSA PARA REGALO CHICA	3.30	2.404809619	4.79	2.00	1.38	21	0.288184438	7	11
290	10	BOLSA PARA REGALO GRANDE	1.80	2.004008016	2.61	2.00	1.86	28	0.288184438	6	9
291	3	BROCHE LATONADO	13.43	0.601202405	19.47	0.10	0.57	170	0.288184438	2	3
292	12	CALCOMANÍAS DE CORAZON	2.00	2.404809619	2.90	2.00	0.76	11	0.288184438	7	11
293	20	CALENDARIO PICACHU	1.20	4.008016032	1.74	5.00	1.70	10	0.288184438	11	18
294	6	CORAZON C/CHOCOLATES	2.00	1.20240481	2.90	5.00	1.55	9	0.288184438	3	5
295	12	CORAZON DE PLASTICO	1.20	2.404809619	1.74	10.00	2.08	6	0.288184438	7	11
296	8	CUCHAS -PAQ	6.00	1.603206413	8.70	6.00	5.87	29	0.288184438	5	7
297	3	CUTTER -JUEGO	16.00	0.601202405	23.20	1.00	6.78	204	0.288184438	2	3
298	1	DONA PAQUETE	6.00	0.200400802	8.70	0.10	0.66	197	0.288184438	1	1
299	4	ESQUEMAS	14.50	0.801603206	21.03	0.10	0.59	177	0.288184438	2	4
300	12	LAPICERO COMANDO	12.00	2.404809619	17.40	2.00	1.86	28	0.288184438	7	11
301	20	LAPIZ MULTICOLOR	20.00	4.008016032	29.00	20.00	15.17	23	0.288184438	11	18
302	5	LIGA DE COLOR -PAQ	4.31	1.002004008	6.25	3.00	1.57	16	0.288184438	3	5
303	15	MAPAS	15.00	3.006012024	21.75	0.10	0.66	197	0.288184438	9	14
304	10	MICROLIBRETA	1.00	2.004008016	1.45	5.00	2.19	13	0.288184438	6	9
305	3	MINIENGRAPADORA	9.50	0.601202405	13.78	1.00	1.35	40	0.288184438	2	3
306	15	MINILAPICERO	3.50	3.006012024	5.08	2.00	1.42	21	0.288184438	9	14
307	10	MINIMAPA	7.00	2.004008016	10.15	0.05	1.00	602	0.288184438	6	9
308	1	MINITARJETAS	45.00	0.200400802	65.25	0.10	3.60	1079	0.288184438	1	1
309	1	MONO CORAZON	25.00	0.200400802	36.25	0.05	0.35	208	0.288184438	1	1
310	30	MONOGRAFIAS	14.50	6.012024048	21.03	1.00	2.89	87	0.288184438	17	27
311	5	PAPALOTE	2.00	1.002004008	2.90	3.00	0.50	5	0.288184438	3	5
312	70	PAPEL FANTASÍA COUCHE	2.00	14.02805611	2.90	10.00	3.39	10	0.288184438	40	64
313	5	PAPEL FANTASÍA COUCHE	1.70	1.002004008	2.47	2.00	0.63	9	0.288184438	3	5
314	25	Papel METALICO P/ENVOLVER REGALO	1.50	5.01002004	2.18	5.00	1.20	7	0.288184438	14	23
315	15	PELUCHITOS	13.50	3.006012024	19.58	5.00	8.04	48	0.288184438	9	14
316	3	PINZAS JAQUELYN PAQUETE	15.00	0.601202405	21.75	1.00	3.79	114	0.288184438	2	3
317	3	PLUMAS DE COLORES	11.50	0.601202405	16.68	1.00	0.76	23	0.288184438	2	3
318	57	RELIEVE	6.00	11.42284569	8.70	1.00	4.15	125	0.288184438	33	52
319	1	ROSA C/AROMA C/24	48.00	0.200400802	69.60	12.00	40.70	102	0.288184438	1	1
320	1	TARJETA ALEX C/24	10.00	0.200400802	14.50	12.00	18.58	46	0.288184438	1	1
321	1	TARJETAS C/45	45.00	0.200400802	65.25	12.00	39.41	99	0.288184438	1	1
322	1	AGUJA 1/4 MILLAR 0/0 N° 1	8.66	0.200400802	12.56	1.00	0.57	17	0.288184438	1	1
323	77	AGUJETA BLANCA 90 CMS PAR	0.56	15.43086172	0.81	5.00	0.32	2	0.288184438	44	71
324	77	AGUJETA NEGRA 45 CMS PAR	0.56	15.43086172	0.81	5.00	2.01	12	0.288184438	44	71
325	2	ALFILER PAQ	27.50	0.400801603	39.88	1.00	2.57	77	0.288184438	1	2
326	12	CARRETE METALICO	0.50	2.404809619	0.73	5.00	1.09	7	0.288184438	7	11
327	6	CINTA METRICA CHINA	2.84	1.20240481	4.12	1.00	1.17	35	0.288184438	3	5
328	6	LISTON 590 N° 3	9.40	1.20240481	13.63	1.00	2.12	64	0.288184438	3	5

					Papelería Mio						
	Cant	DESCRIPCION	costo	Cost. conservación	precio de venta	Venta mensual	Lote Econom	ciclo inventa	Costo pedido	P.eq Canti	Proyec Cant
329	6	LISTON 590 N° 5	11.91	1.20240481	17.27	1.00	0.98	29	0.288184438	3	5
330	36	MEDIAS GOLDEN C/LIGA 2118	43.20	7.214428858	62.64	12.00	6.44	16	0.288184438	21	33
331	36	MEDIAS GOLDEN S/LIGA 2117	36.00	7.214428858	52.20	12.00	10.18	25	0.288184438	21	33
332	12	PANTYMEDIAS CAMEO 307	6.90	2.404809619	10.01	2.00	1.82	27	0.288184438	7	11
333	12	PANTYMEDIAS CAMEO 503	9.90	2.404809619	14.36	2.00	2.18	33	0.288184438	7	11
334	12	PANTYMEDIAS DORIAN GRAY 3501	9.00	2.404809619	13.05	2.00	2.08	31	0.288184438	7	11
335	12	PASADOR LAMITA	1.96	2.404809619	2.84	12.00	8.22	21	0.288184438	7	11
336	1	SEGURO 0	8.90	0.200400802	12.91	0.10	1.60	480	0.288184438	1	1
337	1	SEGURO 1	10.30	0.200400802	14.94	0.10	1.72	516	0.288184438	1	1
338	1	SEGURO 2	11.75	0.200400802	17.04	0.10	1.30	390	0.288184438	1	1
339	2	SEGURO 2/0	7.70	0.400801603	11.17	0.10	1.05	316	0.288184438	1	2
340	2	BOCADIN	17.50	0.400801603	25.38	1.00	7.09	213	0.288184438	1	2
341	1	CARLOS V	20.00	0.200400802	29.00	1.00	5.36	161	0.288184438	1	1
342	2	CLORETS	8.20	0.400801603	11.89	1.00	3.43	103	0.288184438	1	2
343	2	DUVALIN	12.50	0.400801603	18.13	1.00	6.00	180	0.288184438	1	2
344	1	MAZAPAN	14.00	0.200400802	20.30	1.00	4.49	135	0.288184438	1	1
345	2	OLLITA	5.00	0.400801603	7.25	0.05	0.85	509	0.288184438	1	2
346	1	PALETA DE CORAZON	5.00	0.200400802	7.25	1.00	2.68	80	0.288184438	1	1
347	2	PULARINDO	6.40	0.400801603	9.28	1.00	0.05	2	0.288184438	1	2
	6487		2058.98	1300.00	2985.52				100.000		

Bibliografía

- Gabriel Baca Urbina
  "Evaluación de Proyectos"
  3ª edición 1995 Mc Graw Hill pp.339

- Philip Kotler
  "Dirección de Mercadotecnia"
  2ª edición 1996 Prentice Hall pp.800

- Dale Carnegie
  "How to Win Friends and Influence People"
  Revised Edition 1994 Pocket books pp.276

- Og Mandino
  "La Universidad del Éxito ..."
  1ª edición Nov. 1995 Diana pp.453

-