



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA

CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA

*REGLAS PARA EL ESTABLECIMIENTO DE
EMPRESAS SOCIALES*

**“TESINA QUE PRESENTA PARA OPTAR
EL GRADO DE LICENCIATURA EN
ADMINISTRACIÓN”**

LUZ MIRIAM GARCÍA SOSA

DR. HÉCTOR GODÍNEZ JIMÉNEZ

Asesor

México D.F. Septiembre de 2006

*A la columna vertebral de mi existencia
Ma. Trinidad Sosa P.
Quién me dio la vida
Gracias por estar conmigo.*

ÍNDICE

Agradecimientos	6
Introducción	7
Marco de referencia	12
Capítulo 1 Desarrollo sostenible	14
1.1 Introducción	15
1.2 Comercio justo	16
1.3 Economía solidaria	18
1.4 Crisis total	23
1.5 Fortalecimiento de la autonomía	24
1.6 Producción orgánica	25
1.7 Consumo responsable	26
1.8 Mercado interno	27
Capítulo 2 Clasificación de los diferentes tipos de empresa	29
Capítulo 3 Metodología de estudio	38
3.1 Clasificación del estudio	39
3.2 Definición del problema	40
3.2.1 Título	40
3.2.2 Objetivos	41
3.2.3 Hipótesis	41

3.3	Definición de la población objetivo	42
3.3.1	Características generales	42
3.3.2	Ubicación espaciotemporal	47
3.4	Diseño estadístico	49
3.5	VARIABLES Y ESCALAS DE MEDICIÓN	51
3.6	Proceso de captación de la información	54
3.7	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN	103
3.8	Resultados y conclusiones	107
3.9	Recursos	110
3.10	Logística	112
3.11	Ética del estudio	112

Capítulo 4 Diseño de proyectos de inversión

		113
4.1	Identificación de oportunidades	115
4.2	Estudio de mercado según los proyectos de inversión	116
4.3	Ingeniería del proyecto	117
4.4	Localización y tamaño del proyecto	118
4.5	Organización y estructura del proyecto	119
4.6	Inversión y financiamiento	120
4.7	Presupuesto de ingresos, costos y gastos	123
4.8	Estados financieros proyectados	124
4.9	Evaluación del proyecto	125

Capítulo 5 Investigación de mercado

5.1	Definición de investigación de mercado	127
5.2	Características de una buena investigación de mercado	128
5.3	Tipos de investigación de mercado	133
5.4	Técnicas de investigación de mercado en evolución	136

5.5	Procesos de investigación de mercado	137
5.6	Aspectos particulares en el uso de la investigación de mercado	153
5.7	Uso de la investigación de mercado en la administración	155

ANEXO

	Manual de “Reglas para el establecimiento de empresas sociales”	157
	Bibliografía	196

AGRADECIMIENTOS

Son pocas las personas a quienes deseo expresar mi más profundo agradecimiento, por sus conocimientos y valiosas aportaciones contribuyendo a la culminación de ésta investigación.

Por su amistad, cariño y motivación;

Daniel C. Castañeda Cruz

Rodolfo Vanegas Sosa

Rodolfo Vanegas Ramírez

Martha Cecilia García Sosa

Dr. Héctor Godínez Jiménez

Ing. Armando Dueñas

Prof. Enrique Escamilla

Y por supuesto a la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA (UAM).

INTRODUCCIÓN

La presente investigación proviene de la incógnita de cómo hacer más fácil, rápido y económico el establecimiento de una empresa social; es decir, una empresa familiar o una empresa en donde se reúnan amigos, vecinos, etc., para formar una sociedad.

Se ha visto como al iniciar el proceso de establecimiento de una empresa, muchas veces los interesados no saben por donde empezar; localizan a algún conocido que tenga experiencia en el giro empresarial y además contratan a un asesor contable para guiarlos en el proceso fiscal. Todo esto requiere de una gran inversión de tiempo, dinero y esfuerzo.

Entonces, surge la idea de crear un manual con el nombre de “Reglas para el establecimiento de empresas sociales”, que contenga paso a paso el seguimiento tanto fiscal como técnico para la implantación de empresas. Esto con la finalidad de proporcionar al usuario una guía que lo ayude a ahorrar tiempo, dinero y esfuerzo, ya que como se había mencionado antes, para el establecimiento de cualquier tipo de empresa independientemente del giro al que pertenezca ha sido indispensable la contratación de un asesor contable para las cuestiones fiscales y en el aspecto técnico investigar por cuenta propia el proceso de producción. Esto no quiere decir que con el manual ya no será necesario consultar otra opción. El ser humano emprendedor por

naturaleza no se queda con lo primero que le muestran; sin embargo, el manual constatará que lo investigado en otras fuentes coincidirá con lo mencionado en éste.

El manual permanecerá vigente, en caso de reformas a leyes fiscales o de giro empresarial se harán las modificaciones pertinentes.

El manual podrá ser de uso a nivel nacional. Aunque algunos lineamientos o requisitos para el establecimiento y funcionamiento de empresas varían de Estado a Estado, son mínimos y podrán consultarse directamente en el Palacio Municipal en donde se establezca la empresa; en el caso del Distrito Federal se deberá acudir a la delegación correspondiente.

Cabe mencionar que con ésta investigación también se pretende motivar a la gente a crear un conjunto de actividades encaminadas a producir satisfactores (individuales, sociales y de la producción), en razón de lo cual se lleva un intercambio entre diferentes actores. Se propone entonces que los trabajadores de la empresa sean los dueños de ésta. Por tanto, esto no está orientado exclusivamente a producir o incrementar la riqueza, lo que se busca es la producción y el consumo para satisfacer necesidades sociales. (Por sector social o economía solidaria en nuestra realidad mexicana se refiere en primer lugar de manera genérica a la actividad económica del llamado sector social definido por el artículo 25 constitucional)

El sector social se refiere a los que trabajan bajo alguna modalidad de forma asociativa, comunitaria, colectiva, cooperativa, etc. Sin embargo, dentro del sector social también se debe incluir a los que trabajan por cuenta propia, de manera individual o familiar.

El social es el sector más desfavorecido con las políticas neoliberales aplicadas desde la década de los ochentas. Sin embargo, el sector social es el que más población tiene, además de que es la base del edificio social y económico.

Las personas que pueden favorecerse con el manual son a) las comunidades indígenas, b) el campesinado pobre y medio, c) los pequeños y medianos productores individuales o asociativos del campo o la ciudad, d) los obreros, e) los trabajadores por cuenta propia.

Con esto se quiere lograr que disminuya el número de personas que no pueden tener un comportamiento económico realmente autónomo ya que se encuentran controlados por el capital en los círculos de producción y consumo; es decir, se busca la movilización y activación económica del mundo de las personas con bajos recursos económicos para la solución a sus propias necesidades y carencias.

Con la clasificación anterior se puede ver que existen ventajas y desventajas. Dentro de las ventajas tenemos que la investigación da una descripción completa de la experiencia subsecuente a la exposición diferencial de factores causales tales como tener o no tener un

manual que sirva como guía para el establecimiento de empresas. También permite el cálculo y la comparación de las variables antes mencionadas al aplicar el uso del manual. Además de que permite una flexibilidad en la selección de variables y control de calidad en la medición de éstas.

Pero no todo es agradable, también existen desventajas en este tipo de investigación; por mencionar algunas, tenemos que, generalmente es de larga duración, alto costo y requiere un diseño elaborado; no permite la eliminación de factores de confusión potenciales que no sean identificables, al no poder efectuar la asignación aleatoria de los sujetos a los grupos de estudio; se necesita un número grande de sujetos para estudiar la casualidad de efectos raros; pueden existir modificaciones en el comportamiento de los sujetos en estudio, debidos al seguimiento. Ahora para no desilusionar tanto con las desventajas, éste tipo de investigación permite obtener una buena representatividad de las poblaciones objetivo por comparar y también permite realizar la validación de la información. Con lo anterior, se tiene la máxima confianza (no experimental) en la relación de casualidad.

La primera parte de la investigación trata la importancia del desarrollo sostenible y el cómo éste puede evolucionar de manera satisfactoria a través de la creación de empresas sociales, además de que ayuda la preservación de los recursos naturales y la protección del medio ambiente. Gracias también a las reformas al sector turismo que se hicieron en el último

trimestre del año 2005 saldrán beneficiados los sectores ya mencionados. De manera breve se menciona también una clasificación de los diferentes tipos de empresas, esto para identificar el tipo de empresa de la que se está tratando.

Los capítulos siguientes abarcan temáticas indispensables para el buen desarrollo de la investigación: proyectos de inversión e investigación de mercado.

También se presenta el proceso de investigación con su título, marco de referencia, objetivos, hipótesis, definición de la población objetivo, especificación de variables y escalas de medición, proceso de captación de la información, análisis e interpretación de la información, recursos, logística.

Al finalizar los capítulos se anexa el manual de “Reglas para el establecimiento de empresas sociales”. Dicho manual no abarca todos los giros existentes, solo incluye los giros más comerciales ya que los principales requisitos aplican de igual manera a los restantes, aunque con especificaciones diferentes dependiendo el giro, éstas, establecidas por las cámaras y leyes correspondientes que se podrán consultar en la dependencia de gobierno correspondiente.

MARCO DE REFERENCIA

El proceso de establecimiento de una empresa ha sido hasta entonces tedioso, y no es un dato estadístico mencionado en libros o periódicos solamente, es un proceso que podemos ver a diario con familiares, amigos o conocidos. Todos sabemos que es un proceso largo y costoso no solo por el tiempo de tramitación o el pago de licencias, sino por que antes de realizar cualquier tramite, es necesario investigar a donde ir y con quién dirigirnos, y esto incluye invertir más de lo necesario en tiempo, dinero y esfuerzo por los gastos de viáticos, además de correr el riesgo de contratar los servicios de un contador público que al percatarse de su ignorancia en el tema, quiera abusar de este hecho y hacer al individuo dar más vueltas de las que debiera, además de aumentar sus honorarios.

Con las entrevistas realizadas a personas (dueños) que ya han establecido una empresa de cualquier giro en los Estados del centro del país, se observa que las personas tardan aproximadamente entre dos y tres meses para establecer su empresa, una inversión monetaria de aproximada de entre \$6,000 a \$8,000, con una dedicación por día en promedio de 6 horas.

Pero para efectos de credibilidad se hace mención del siguiente dato;

“En la República mexicana, los habitantes de los Estados que se encuentran en el centro del país, tardan aproximadamente 2 meses y medio para el establecimiento de una empresa

independientemente del giro al que pertenezcan, además de los excesivos gastos que ésta acción provoca. Esto, por que la burocracia del país es un tanto tonta.”

Dicho dato fue patrocinado por INBURSA y transmitido en el noticiero Televisa de Joaquín López Doriga.

Capítulo 1

DESARROLLO SOSTENIBLE

1. DESARROLLO SOSTENIBLE

1.1 Introducción

El desarrollo sostenible es el resultado de la aplicación de fuerzas políticas, económicas, sociales y tecnológicas, con la intención de preservar al país en dignas condiciones en todas sus áreas para ser disfrutado por las futuras generaciones.

El reto del desarrollo sostenible puede resumirse así: ¿cómo hacer que el progreso económico y social sea compatible con el mantenimiento de los grandes equilibrios del planeta?¹

Para ello se plantean los siguientes objetivos:

- Eliminación de la pobreza,
- Adaptación de los modos de consumo y de producción,
- Protección y gestión viable del stock de recursos naturales.²

¹ Cumbre de Johannesburgo en Septiembre de 2002

² IDEM

Desarrollo sostenible es la estrategia mediante la cual las comunidades buscan enfoques de desarrollo económico que a la vez sean beneficiosos al medio ambiente y a la calidad de vida. Esta idea está comenzando a ser una importante guía para muchas comunidades que han descubierto que los enfoques tradicionales de la planificación y el desarrollo han estado creando problemas sociales y medio ambientales, en vez de soluciones.³

El desarrollo sostenible provee un marco bajo el cual las comunidades pueden ser capaces de usar sus recursos eficientemente, crear infraestructuras eficientes, proteger y mejorar la calidad de vida, y crear nuevos negocios que fortalezcan su economía, que es una de las finalidades propuestas en ésta investigación.

1.2 Comercio Justo

Este es el razonamiento de un productor así como oferentes de bienes y servicios que con esto no sólo están criticando el sistema de cooperación al desarrollo vigente, sino que también ofrecen una alternativa, es decir, si en verdad se quiere apoyar

³ www.vinculando.com/

y financiar el desarrollo de una economía basada en términos justos, sustentables y ecológicamente razonables, la respuesta es simplemente cómprese y páguese precios justos.

Nosotros no queremos dinero regalado; no somos mendigos. Si se nos pagara un precio justo por nuestros productos, podríamos vivir de nuestro trabajo, sin más apoyo y sin más financiamiento.⁴

El Comercio Justo es una relación directa entre los productores, oferentes de bienes y servicios con los consumidores conscientes de la situación del mercado actual en la que establecen una nueva relación en términos de justicia, equidad y solidaridad.

Con la práctica del Comercio Justo, muchas organizaciones de productores y oferentes de bienes y servicios entraron en él, mejorando la calidad, con profesionalismo y con un sentido y una capacidad empresarial diferente.

El Comercio Justo demuestra que pueden reformularse las reglas del mercado, es decir, adoptar una relación donde los productores pobres ya no son los pobres mendigantes de siempre, acreedores de limosna y caridad, y

⁴ www.vinculando.com/

donde los consumidores no asumimos un papel paternalista, sino que ambos, juntos, creamos una doble vía de solidaridad: pago justo por un trabajo digno y de calidad.

1.3 Economía solidaria

Con el propósito de ganar fuerza en nuestra identidad, el concepto mismo de economía social y solidaria nos conduce a una dualidad que conviene intentar definir en alguna forma; o mejor de muchas formas, toda vez que estos conceptos se están construyendo a partir de diferentes fuentes teóricas o doctrinales, e incluso geográficas, y de diferentes experiencias prácticas.

Por economía entendemos al conjunto de actividades encaminada a producir satisfactores del estómago, la mente y la reproducción (individual, social y de la producción), en razón de lo cual se lleva a cabo un proceso de intercambio entre diferentes agentes o actores, antiguamente vecinos, hoy de diferentes lugares territoriales, merced al crecimiento de la población y la ampliación del propio intercambio, quienes finalmente los consumen (lógica de las necesidades). Etimológicamente se entiende por ciencia económica a la disciplina encaminada a estudiar el mejor aprovechamiento de los recursos escasos.

En los actuales tiempos neoliberales (pero no sólo ahora) generalmente se confunde a la economía con la crematística; es decir, con una

actividad orientada exclusivamente a producir o incrementar la riqueza (lógica mercantil): el concepto de economía social y solidaria con el que nos identificamos no es este último, es decir, el de la producción de riqueza, sino el de la producción y el consumo para satisfacer necesidades sociales.

Por sector social o de economía solidaria en nuestra realidad mexicana nos referimos en primer lugar de manera genérica a la actividad económica del llamado sector social definido por el artículo 25 constitucional (mencionado con anterioridad en la introducción de ésta investigación). El sector social, se refiere a los que trabajan bajo alguna modalidad de forma asociativa, comunitaria, colectiva, cooperativa. Sin embargo, dentro del sector social también se debe incluir a los que trabajan por cuenta propia, de manera individual o familiar, ya sea formal o informalmente.

No es posible identificar por el momento con claridad qué es, cómo es, dónde está, cuánto produce, qué importancia relativa tiene cada forma de organización de la economía social en cada entidad federativa y por sector económico.

Es decir, la información sobre el desempeño actual del llamado sector social de la economía en México es limitado y cuando existe información es parcial, como el caso de los productores y oferentes de bienes y servicios. El asunto de la definición conceptual y el dimensionamiento macroeconómico del sector social, es algo que evidentemente sigue pendiente

en México. No se trata de mera curiosidad, es una necesidad vital saber las características que tiene el sector social para poder diseñar de manera certera y objetiva estrategias propias encaminadas a su fortalecimiento y para generar alternativas de políticas públicas.

El sector social incluye a la clase trabajadora, quien en su comportamiento social se desempeña como comprador/ra, por ser asalariada y recibir un ingreso a cambio de su trabajo que transforma en consumo y de esa forma se vincula económicamente con el resto del sector social. Sin embargo, en los circuitos de producción y consumo, ellos se encuentran determinados por el capital y no pueden tener un comportamiento económico realmente autónomo. Además de que las formas de consumo de la clase obrera mexicana, sobre todo en la mega área de la ciudad de México, está muy influido por el peso de la publicidad y la propaganda, con comportamientos de temporada y de modas, no de ciclo económico, como resulta con las actividades económicas en el campo.

Por otra parte, es necesario incorporar el concepto de economía popular en nuestras definiciones porque tienen un carácter más ideal de clase, pero en la práctica es similar al concepto de economía social. Por Economía Popular se puede entender la movilización y activación económica del mundo de la gente de bajos recursos económicos, en búsqueda de solución autónoma a sus propias necesidades y carencias

Tipología de la economía popular:

Empresas asociativas (Organizaciones
Económicas Populares, OEP)
Micro empresas
Iniciativas individuales
Soluciones asistenciales
Actividades ilegales

Niveles de la economía popular: Los siguientes niveles de economía popular se incluyen porque es necesario identificar a que grupo de personas se está estudiando, ya que dentro de la clase media-baja se pueden encontrar estos tres niveles. Y para qué mencionarlos; para invitar al las personas que según sus características, pertenezcan a el nivel de crecimiento.

- Nivel de sobrevivencia: la actividad que permite apenas la satisfacción de necesidades básicas en términos de simple sobrevivencia fisiológica (por tanto, en condiciones de mala nutrición, insalubridad, viviendas precarias y de emergencia, etc.)⁵
- Nivel de subsistencia: la actividad permite la satisfacción de necesidades básicas

⁵ Notas sobre economía de la necesidad y economía mercantil.
Bernardo González, ALCONA

pero no hace posible ninguna forma de acumulación y crecimiento.⁶

- Nivel de crecimiento: cuando las personas logran a través de la actividad económica un progresivo mejoramiento en su calidad de vida, valoran ciertos aspectos especiales de lo que hacen (libertad, autogestión, etc.) o adicionan actividades culturales y de capacitación que las potencian y les abren mejores posibilidades de éxito.⁷
- La economía popular empobrecida se hace cargo de su propia sobrevivencia, y escala paulatinamente una integración asociativa y autogestionaria.

En la economía popular la acumulación y la ganancia se convierten en un medio y el trabajo un fin (el trabajo desenajado), a diferencia del capitalismo donde la acumulación, el excedente o la ganancia, son el fin principal, y el trabajo y la explotación el medio para conseguirlo. De esta forma, en el marco de la economía social y solidaria, los bienes y servicios son consumidos por el trabajo y en función del trabajo, y no producidos o consumidos por el capital y en función del capital.

⁶ IDEM

⁷ IDEM

*Sobre dos circuitos: "satisfacer las necesidades"
"producir excedentes y acumular"*

En economía podemos encontrar dos circuitos: uno encaminado a satisfacer las necesidades y otro encaminado a producir excedentes y acumular. El primero, el de las necesidades, generalmente tiene un lógica de reproducción simple; la producción de autoconsumo; la producción para satisfacer las necesidades vitales de quien produce, su familia o la comunidad; se produce para satisfacer las necesidades humanas y las necesidades de la reproducción de las condiciones de la producción; los excedentes se intercambian por los excedentes de otros productores o comunidades que no se tienen capacidad de producir por sí mismos. El otro circuito económico en donde la finalidad no es satisfacer necesidades, sino producir excedentes y ganancias a través de la producción de bienes orientados al mercado.

1.4 Crisis total

La crisis es total: abarca lo económico, lo social, lo político y lo ecológico; por ello se configura un escenario extremo; el capitalismo mundial ya no puede y la sociedad mundial ya no quiere seguir padeciendo los efectos indeseables de una crisis que no tiene solución verdadera y de largo plazo.

En México la crisis ha sido persistente y con tendencias al crecimiento y la agudización; el

modelo neoliberal y las políticas de su inspiración que han sido aplicadas, han tenido consecuencias e impactos evidentes para la población en general, pero particularmente para la economía social, popular y solidaria; las tendencias adversas de mediano plazo (20 años) se han incrementado en los últimos cuatro (desaparición de unidades productivas, desarticulación de las cadenas productivas, debilitamiento del mercado interno, caída de los precios de las materias primas y los alimentos, desaparición de fondos e instituciones gubernamentales encaminadas a fomentar al sector social, vaciamiento del campo e incremento de la migración, agotamiento de suelos, contaminación y agotamiento de fuentes y cuerpos de agua, deforestación creciente, disminución de la capacidad adquisitiva del ingreso, quiebre de la banca, incremento de la deuda externa, devaluación sistemática de la moneda, etc.) .

1.5 Fortalecimiento de la autonomía

Fortalecimiento de la autonomía: búsqueda de formas que permitan disminuir la dependencia de gobierno y de los circuitos económicos meramente mercantiles.

Fortalecimiento de la integración horizontal y vertical autónoma (encadenamientos económicos). Fortalecimiento de ejes articuladores (experiencias exitosas) o polos de desarrollo.

Definición de estrategias que permiten articular la lógica de las necesidades con la lógica mercantil.

Fortalecer las formas cooperativas que son las más inmediatas y oportunas para organizar proceso y articulaciones de economía solidaria.

Fortalecer las experiencias de los mercados intercooperativos y/o intersociales.

Fortalecimiento de las capacidades de asistencia técnica, organización, capacitación y estudios, en clave social y solidaria.

1.6 Producción orgánica

En la cultura indígena se habla de la Madre Tierra y por lo tanto, merece que se le trate bien. Al practicarse en el Comercio Justo la agricultura orgánica, no se trata sólo de conservar el ambiente sino de enriquecerlo y mejorarlo. No se trata sólo de ganar más sino de vincular el mundo del trabajo con la ética.

A estos productores no es sólo el mercado lo que les importa, quieren ríos limpios, que vuelvan los pájaros, que la tierra sea limpia. El punto de partida es cooperar con la naturaleza.

No es el argumento económico el que predomina, lo que quieren es que nuestros hijos y nuestros nietos hereden una tierra más bella. Es su único patrimonio.

Así los productos no sólo tienen una plusvalía social, sino también ecológica. Los productos, además de ser sabrosos, son productos elaborados con responsabilidad (como es el caso de una de las organizaciones visitadas “granja acuícola”, ubicada en Tetela del Volcán, Morelos).

1.7 Consumo responsable

Como ciudadanos generamos conciencia de nuestra fuerza como consumidores en el sentido de que no elegimos solamente cada tres o seis años a nuestros gobernantes, sino que todos los días elegimos qué y dónde consumir, a quién beneficiamos con nuestro dinero.

Se trata de un instrumento comercial que permite a los pequeños productores posicionarse del mercado de manera colectiva, logrando así un alto nivel de competitividad y eficacia; es decir, consumo responsable es el medio a través del cual el productor tendrá relación con comerciantes y consumidores no sólo para beneficiarse éste del intercambio de productos por dinero, sino que éste sabrá identificar quién es su mejor consumidor y proveedor de materias primas para procurar un crecimiento para todos, y que con esto se beneficien todos. Por ejemplo, si un productor de oreja de invernadero (variedad de hongo) puede conseguir la semilla a 1 kilómetro de distancia del invernadero y le cuesta \$15.00 el kilo, pero este proveedor tiene poca venta porque su negocio aun no tiene la capacidad de hacer publicidad por medio de volantes, anuncios, etc.; y hay otro proveedor que está a 2 kilómetros de distancia del invernadero,

la semilla cuesta \$10.00 el kilo, y además sus ventas son elevadas; sería bueno entonces, que el productor le consumiera al primer proveedor porque con su compra no sólo beneficia a éste, sino poco a poco a la comunidad.

1.8 Mercado interno

Hay que conquistar el mercado interno. En México se están produciendo productos de mucha calidad. Para disminuir el déficit y crecer económicamente a través de exportaciones, es necesario crecer primero a nivel interno. Pero esto no lo podemos hacer solos y por separado. Necesitamos entre todos, pequeños productores, iniciativa privada, iglesias, gobierno, sindicatos, organismos civiles y consumidores, apoyar y ampliar el mercado interno tanto para el productor como para el consumidor y establecer relaciones de intercambio en la que todos y todas ganemos, no sólo unos cuantos.

Se debe buscar la cooperación con empresas nacionales (públicas o privadas) que estén interesadas en invertir en la economía local. Es de suma importancia que se llegue a desarrollar un mercado de consumo local, esto por la razón de que para que el país crezca de manera óptima principalmente en exportaciones, primero debe crecer internamente, esto a través de un mercado de consumo local que ofrezca todos los bienes y servicios de calidad que produce México, y que muchas veces por malinchismo no los consumimos, por eso la economía mexicana no

crece, está estancada y saturada de productos chinos, japoneses, taiwaneses, norteamericanos, etc.

Capítulo 2

CLASIFICACIÓN DE LOS
DIFERENTES TIPOS DE
EMPRESAS

CLASIFICACIÓN DE LOS DIFERENTES TIPOS DE EMPRESAS

Las formas de operar a través de sociedades reconocidas por las leyes mexicanas son las siguientes:

- Sociedad Anónima o S.A.
- Sociedad Anónima de Capital Variable o S.A. de C.V.
- Sociedad de Responsabilidad Limitada o S. de R.L.
- Sociedad en Nombre Colectivo o S. en N.C.
- Sociedad en Comandita Simple o S. en C.S.

Pueden clasificarse de varias formas:

De acuerdo a la naturaleza de la actividad que realizan:

- Sociedades civiles (se constituyen para la realización de negocios civiles).
- Sociedades comerciales (se constituyen para la realización de negocios que la ley califica como actos de comercio).

De acuerdo a sus características formales (tales como responsabilidad de los socios, administración, razón social, y cesibilidad de los derechos sociales):

- Sociedades colectivas;

- Sociedades anónimas;
- Sociedades en comanditas, y
- Sociedades de responsabilidad limitada.

De acuerdo a si puede o no cederse libremente la calidad de socio.

- Sociedades de personas: en ellas no puede cederse libremente la calidad de socio. en principio la sociedad termina por la muerte del socio y la renuncia está prohibida (de producirse genera la terminación de la sociedad). además, la gestión de la sociedad pertenece a todos los socios (sin perjuicio de poder delegarla). la típica sociedad de personas es la sociedad colectiva.
- Sociedades de capital: en éstas puede cederse libremente la participación en la sociedad, y la dirección de la empresa está radicada en manos distintas a las de los socios. la típica sociedad de capital es la sociedad anónima.

Aunque cabe mencionar que también se puede manejar la siguiente clasificación con otros tipos de sociedades:

1. Atendiendo a la doctrina jurídica
 - Sociedades Personalistas.
 - Sociedades Capitalistas.
 - Sociedades Mixtas.
2. Atendiendo a su forma de constitución

- Sociedades Regulares o de Derecho
 - Sociedades Irregulares o de Hecho
3. Atendiendo a la responsabilidad de los socios
- Sociedades de Responsabilidad Limitada.
 - Sociedades de Responsabilidad Ilimitada
 - Sociedades de Responsabilidad Mixta.
4. Atendiendo a la variabilidad del capital social
- Sociedades de Capital Fijo
 - Sociedades de Capital Variable
5. Atendiendo a su nacionalidad
- Sociedades Mexicanas.
 - Sociedades Extranjeras.
6. Atendiendo a la Ley General de Sociedades Mercantiles
- Sociedad en Nombre Colectivo
 - Sociedad en Comandita Simple.
 - Sociedad de Responsabilidad Limitada
 - Sociedad Anónima
 - Sociedad en Comandita por Acciones

- Sociedad Cooperativa
7. Atendiendo al nombre que se le asigna a las sociedades
- Sociedades con Razón Social
 1. Sociedad en Nombre Colectivo
 2. Sociedad en Comandita Simple
 - Sociedades con Denominación Social
 1. Determinadas por el objeto de la sociedad
 - Sociedades con Razón o Denominación Social
 1. Sociedad de Responsabilidad Limitada
 2. Sociedad en Comandita por Acciones
8. Atendiendo el nombre con el que se designan las personas que integran una sociedad
- Socios
 1. Sociedad en Nombre Colectivo
 2. Sociedad en Comandita Simple
 3. Sociedad de Responsabilidad Limitada
 - Accionistas

1. Sociedad Anónima
2. Sociedad en Comandita por Acciones

- Cooperativistas

1. Sociedad Cooperativa

Sociedades Mercantiles Personalistas:

Aquellas en las cuales, de los cuatro elementos de la sociedad (personal, patrimonial, objeto social y forma externa) el principal lo constituye el personal, es decir, los terceros que contratan con la sociedad, les interesa la personalidad, honradez, prestigio, etc., de los socios, tal es el caso por ejemplo de las Sociedad en Nombre Colectivo.

Sociedades Mercantiles Capitalistas:

Aquellas en las cuales el principal elemento de la sociedad es el patrimonial, es decir, los terceros que contratan con la sociedad, pondrán especial interés en el monto del capital por ejemplo, en el caso de la Sociedad Anónima.

Sociedades Mercantiles Mixtas:

Aquellas en las cuales tanto el elemento personal, como el elemento patrimonial están en primer término, pasando a segundo término los demás elementos sociales, por ejemplo en el caso de la Sociedad en Comandita por Acciones.

Sociedades Mercantiles Regulares:

Aquellas que en el acto de constitución se han hecho constar en escritura pública e inscritas en el Registro Público del Comercio; es decir, en el acto de constitución han cumplido con los requisitos que marca la ley.

Sociedades Mercantiles Irregulares:

Aquellas que en el acto de constitución no se haya hecho constar en escritura pública y aquellas otras en que dicha escritura no haya sido inscrita en el Registro Público de Comercio, es decir, sociedades que se han creado y funcionan sin cumplir con todos los requisitos que marca la ley.

Sociedades Mercantiles de Responsabilidad Limitada:

Aquellas en las cuales los socios responden de las obligaciones sociales hasta por el monto de sus aportaciones, tal es el caso por ejemplo de la Sociedad de Responsabilidad Limitada y la Sociedad Anónima.

Sociedades Mercantiles de Responsabilidad Ilimitada:

Aquellas en las cuales los socios responden de las obligaciones sociales hasta con su patrimonio personal, por ejemplo la Sociedad en Nombre Colectivo.

Sociedades Mercantiles de Responsabilidad Mixta:

Aquellas en las cuales uno o más socios responden de las obligaciones sociales ilimitadamente y, otro u otros socios responden ilimitadamente, por ejemplo la Sociedad en Comandita Simple.

Sociedades Mercantiles de Capital Fijo:

Aquellas en las cuales para aumentar o reducir el importe del capital social, es necesario, en términos generales, cumplir con los siguientes requisitos.

1. Celebrar Asamblea Extraordinaria;
2. Levantar Acta de Asamblea Extraordinaria correspondiente;
3. Protocolizar el Acta;
4. Inscribir el Acta en el Registro Público de Comercio.

Sociedades Mercantiles de Capital Variable:

Aquellas que pueden aumentar y reducir el importe del capital social, sin cumplir con los requisitos anteriores, siempre y cuando el aumento no sobrepase al Capital Autorizado (límite superior), ni la reducción sea menor al Capital Mínimo Legal (límite inferior), pues de lo contrario deberán cumplir con los requisitos de las sociedades de Capital Fijo.

Sociedades Mercantiles Mexicanas:

Aquellas que se constituyen:

1. De acuerdo con la Ley General de Sociedades Mercantiles y
2. Establecen su domicilio social dentro de la República Mexicana.

Sociedades Mercantiles Extranjeras:

Aquellas que no reúnen los requisitos anteriores, es decir, sociedades constituidas en un determinado país, conforme a sus leyes con domicilio legal en el mismo, en relación con los demás países.

Capítulo 3

METODOLOGÍA DE
ESTUDIO

3.1 Clasificación del estudio

Con respecto a las características generales del estudio, de acuerdo con el periodo en que se captó la información, la investigación es de tipo prospectiva; es decir, que dicha información se recopiló con respecto a los criterios y fines que consideré pertinentes para la investigación, después de la planeación de ésta.

Con respecto a la evaluación del fenómeno estudiado, la investigación es de tipo longitudinal ya que es necesario medir en relación a la población 1 (P1) para marcar antes y después a las variables involucradas (tiempo, dinero y esfuerzo), para realizar la comparación de los valores.

En cuanto a la comparación de las poblaciones, el estudio es de tipo comparativo por que existen dos poblaciones (P1: Sin el manual, P2: Con el manual), donde se comparan las variables para contrastar la hipótesis central.

En razón de la interferencia personal en el fenómeno, el estudio es de tipo observacional ya que sólo se puede describir o medir el fenómeno; por tanto, no se puede modificar a voluntad propia ninguno de los factores que intervienen en el proceso.

*Simplificación de tiempo, dinero y
esfuerzo con la aplicación del
manual*

*“Reglas para el establecimiento de
empresas sociales”*

3.2.2 OBJETIVOS

- Conocer el tiempo aproximado que se requiere para el establecimiento de empresas pequeñas y grandes, con y sin el manual.
- Comparar la inversión de capital monetaria aproximada para el establecimiento de una empresa con y sin el manual.
- Evaluar la aplicación de esfuerzo físico y mental al establecer una empresa con y sin el manual.
- Determinar si el manual funciona de manera eficaz y eficiente.

3.2.3 HIPÓTESIS

- Las personas, en especial de la clase media-baja tardan en establecer sus empresas porque no están informadas de los requisitos que requiere esta acción así como de los lugares a los que hay que acudir para realizar los trámites necesarios, por lo que pierden tiempo en investigar estos puntos.

Por lo que al aplicar el uso del manual la predicción es:

- Simplificación considerable de la inversión de tiempo, dinero y esfuerzo al aplicar el uso del manual de “Reglas para el establecimiento de empresas sociales” en grupos de personas que pretendan establecer una empresa y que además pertenezcan a la clase media-baja con las características que se mencionan más adelante en los criterios de inclusión.

Entonces, si el manual resulta eficaz y eficiente, el posible resultado será una significativa simplificación de las variables (dinero, tiempo y esfuerzo), que se analizan directamente en la población 2 que es la población en estudio.

3.3 DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

3.3.1 Características generales

La investigación solo requiere de criterios de inclusión para ambas poblaciones.

Criterios de inclusión:

Población 1 (P1):

- Personas que habiten en el Distrito Federal y centro del territorio Nacional

(Estado de México, Morelos, Puebla, Michoacán, Querétaro, Guadalajara), esto por cuestiones de comodidad ya que actualmente se tienen otras actividades y no habría tiempo de hacer un estudio en toda la república mexicana, además de que no se cuenta con los medios económicos para hacerlo. Cabe mencionar que esto no afecta la credibilidad ni el proceso de la investigación, ya que como se ha mencionado con anterioridad, los requisitos y lineamientos requeridos para el establecimiento de una empresa varían muy poco de una entidad federativa a otra.

- Personas que tengan entre 20 y 50 años de edad. Se considera este rango de edad porque en promedio es el periodo en que las personas son activas laboralmente, no se incluyen menores de edad ni personas de la tercera edad. Además de que por cuestiones de incertidumbre en la investigación no sería objetivo incluir a personas mayores de 50 años aunque hayan establecido una empresa porque principalmente en la variable “esfuerzo” los comportamientos son diferentes entre una persona de 25 años y una de 60 años (por ejemplo; caminar más rápido).
- Personas que individual o socialmente hayan establecido una empresa de cualquier giro. Esto, porque el hecho de que sea una o más personas no agiliza ni

modifica en ningún sentido el proceso de establecimiento de una empresa; ¿por qué?, porque dicho proceso lleva una secuencia obligatoria gracias a la burocracia de nuestro país. Y todas las empresas no importa el giro tienen que tramitar distintos documentos que son la base para establecer cualquier tipo de empresa.

- Sexo indistinto. El sexo no importa, lo mismo tiene que hacer un hombre que una mujer para establecer una empresa. En esta investigación se evita el marginar a mujeres embarazadas así como a las personas con alguna discapacidad a diferencia de como se ha manejado el campo laboral en prácticamente toda la historia de México.
- Personas que pertenezcan a la clase media-baja. Esto porque se trabaja con personas que quieren hacer crecer su economía y la de su comunidad para empezar a eliminar la pobreza de a poco en nuestro país.

Nota: la población 1 no se presenta como cohorte para la investigación porque no está en estudio, sólo servirá como referencia para al final realizar una breve comparación de las variables con la población objetivo (P2).

Población 2 (P2):

- Personas que habiten en el Distrito Federal y centro del territorio Nacional (Estado de México, Morelos, Puebla, Michoacán, Querétaro, Guadalajara), esto por cuestiones de comodidad ya que actualmente se tienen otras actividades y no habría tiempo de hacer un estudio en toda la república mexicana, además de que no se cuenta con los medios económicos para hacerlo. Cabe mencionar que esto no afecta la credibilidad ni el proceso de la investigación, ya que como se ha mencionado con anterioridad, los requisitos y lineamientos requeridos para el establecimiento de una empresa varían muy poco de una entidad federativa a otra.
- Personas que tengan entre 20 y 50 años de edad. Se considera este rango de edad porque en promedio es el periodo en que las personas son activas laboralmente, no se incluyen menores de edad ni personas de la tercera edad. Además de que por cuestiones de incertidumbre en la investigación no sería objetivo incluir a personas mayores de 50 años aunque pretendan establecer una empresa porque principalmente en la variable “esfuerzo” los comportamientos son diferentes entre una persona de 25 años y una de 60 años (por ejemplo; caminar más rápido).

- Personas que individual o socialmente pretendan establecer una empresa de cualquier giro con ayuda del manual. Esto, porque el hecho de que sea una o más personas no agiliza ni modifica en ningún sentido el proceso de establecimiento de una empresa; ¿por qué?, porque dicho proceso lleva una secuencia obligatoria gracias a la burocracia de nuestro país. Y todas las empresas no importa el giro tienen que tramitar distintos documentos que son la base para establecer cualquier tipo de empresa.
- Sexo indistinto. El sexo no importa, lo mismo tiene que hacer un hombre que una mujer para establecer una empresa. En esta investigación se evita el marginar a mujeres embarazadas así como a las personas con alguna discapacidad a diferencia de como se ha manejado el campo laboral en prácticamente toda la historia de México.
- Personas que pertenezcan a la clase media-baja. Esto porque se trabaja con personas que quieren hacer crecer su economía y la de su comunidad para empezar a eliminar la pobreza de a poco en nuestro país.

Nota: Aplica en ambas poblaciones aunque reciban o no ayuda del gobierno.

3.3.2 Ubicación espaciotemporal

Ésta investigación está ubicada en el periodo del segundo y tercer cuatrimestre del año de 2005 para fines de titulación.

En cuanto al espacio de investigación se mencionaron las entidades federativas en el punto anterior. Se mencionan a continuación los municipios y delegaciones visitadas para ser más específico, aunque si no se mencionaran no afectaría ya que los lineamientos y requisitos para establecer una empresa pueden variar poco de una entidad federativa a otra, pero no dentro de la entidad.

- Distrito Federal:
 1. Delegación Benito Juárez
 2. Delegación Venustiano Carranza
 3. Delegación Coyoacán
 4. Delegación Iztapalapa
 5. Delegación Tlahuac
 6. Delegación Xochimilco
 7. Delegación Tlalpan
 8. Delegación Álvaro Obregón
 9. Delegación Magdalena Contreras
 10. Delegación Azcapotzalco
 11. Delegación Gustavo A. Madero

- Estado de México:
 1. Ozumba
 2. Amecameca
 3. Valle de Bravo
 4. Coatepec de Harinas
 5. Tepetlixpa

6. Atlautla
 7. Juchitepec
 8. Cocotitlan
 9. Chalco
 10. Ixtapaluca
 11. Ecatepec
 12. Zacasonapa
 13. Tlalnepantla
 14. Tres valles
 15. Texcoco
 16. San Vicente Chicoloapan
 17. Valle de Chalco
- Morelos:
 1. San Miguel Tlaltetelco (Agencia Municipal)
 2. Tetela del Volcán
 3. Cocoyoc
 4. Yecapixtla
 5. Cuautla
 6. Tenayuca
 7. Ocuituco
 8. Huautla
 9. Tetelcingo
 10. Atlatlahucan
 - Puebla:
 1. San Martín Texmelucan
 2. Izucar de Matamoros
 3. San Pedro Mártir
 4. Tetela de Ocampo
 5. Ciudad Serdán
 6. Amozoc
 7. Acatzingo
 8. Chiautla de Tapia

- Michoacán:
 1. Morelia
 2. Patzcuaro
 3. Zitacuaro
 4. Ciudad Hidalgo

- Querétaro:
 1. Querétaro
 2. San Juan del Río

- Guadalajara:
 1. Guadalajara
 2. Zapotitlan
 3. Los Altos Jalisco
 4. Barra de Natividad

3.4 DISEÑO ESTADÍSTICO

Se muestrea cuando se tiene los medios suficientes para estudiar toda la población, así, se ahorra recursos y se mantiene una línea constante de información que permite llevar un mejor seguimiento y una forma más fácil de obtener consecuentemente dicha información, ya que del estudio de una empresa surgen ideas para analizar con más profundidad la siguiente.

Lo que se muestrea es un grupo de individuos que pretenden establecer una empresa de cualquier giro empresarial en las regiones mencionadas en el capítulo 4 (definición de la población objetivo) para que hagan uso del manual de “Reglas para el establecimiento de

empresas sociales”, y así verificar si éste es eficaz y eficiente.

El tipo de muestreo utilizado es el llamado estratificado, ya que para una mejor representatividad de la población objetivo; es decir, la población 2 (P2; que está representada por las personas que desean establecer una empresa y que usan el manual), ésta se divide en dos estratos: a) los que reciben ayuda del gobierno y b) los independientes.

El método de muestreo utilizado es el aleatorio simple, esto porque todas las unidades tienen la misma probabilidad de quedar incluidas en la muestra, por lo que para su selección se utilizaron tarjetas numeradas del 1 al 64.

Tamaño de la población (N)	————→	64
Tamaño de la muestra (n)	————→	16

En total son 16 giros empresariales los que se estudian, a continuación se muestra la lista de empresas:

1. Comercializadoras
2. Planta para la elaboración de jugos y néctares
3. Planta para la elaboración de encurtidos
4. Planta para la elaboración de productos lácteos
5. Rastro TIF para carnes y carnicerías
6. Panaderías
7. Tortillerías
8. Purificadora de agua
9. Cafeterías
10. Restaurantes

11. Talleres de ropa
12. Granjas avícola
13. Granjas de ganado
14. Granjas acuícola
15. Producción de artículos para aseo personal e higiene doméstica
16. Empresas de servicio (despacho contable, salón de belleza, clínica y contratación de grupos musicales).

Se estudian cuatro empresas del mismo giro, es por ello que la población es igual a 64 ($16 \times 4 = 64$).

Se ordena las empresas por giro empresarial y en forma de lista para numerarlas, posteriormente se coloca el reverso de las tarjetas hacia arriba ordenadas en grupos de cuatro correspondientes a su giro, de los 16 grupos de cuatro se elige una tarjeta por giro, por lo que la muestra es de 16 unidades, una de cada giro empresarial.

3.5 VARIABLES Y ESCALAS DE MEDICIÓN

Las variables son las características medibles en las unidades de estudio, éstas son seleccionadas en relación con los objetivos planteados.

En ocasiones las variables resultan complejas (este es el caso) tanto en su medición como en su definición, por lo que a continuación se muestran

las definiciones más cercanas a lo que aplica en esta investigación:

Dinero. Moneda, medio a través del cual se obtiene un bien o servicio al intercambiarlo.

Tiempo. Duración de los fenómenos. Se habla de duración limitada cuando se aplica bien el tiempo.

Esfuerzo. Acción enérgica del cuerpo y mente. Empleo de medios costosos para obtener un fin.

Por medición se entiende la asignación de números a objetos según determinadas reglas. Por medio de la medición, los atributos de nuestras percepciones se transforman en entidades conocidas y manejables llamadas “números”.

En este estudio, las variables propuestas se miden a través de la escala de relación (también conocida como escala de razón o cociente) ya que se asignan números para señalar la intensidad de una característica con unidad de medida arbitraria, pero origen fijo, lo que mantiene la igualdad de las relaciones o proporciones; es decir, los números asignados a los objetos tienen todas las propiedades de la escala intercalar y además se cuenta con un punto cero en esta escala. Una puntuación cero indica ausencia de la propiedad o variable que se mide (en este caso no aplica, porque aunque lo que se pretende es simplificar las variables tiempo, dinero y esfuerzo, éstas estarán presentes necesariamente). Los cocientes de los números asignados en la

medida reflejan los cocientes en las cuantías de las propiedades que se miden.

Escala de medición utilizada.

La siguiente escala de medición esta hecha en base a la información proporcionada por la población 1 (P1).

Tiempo (en días hábiles)	15 días	30 días	45 días	60 días	Más de 60 días
	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
	1	2	3	4	5
Dinero (en pesos mexicanos)	\$2,000	\$4,000	\$6,000	\$8,000	Más de \$8,000
	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
	1	2	3	4	5
Esfuerzo (hrs. / día)	4 hrs. / día	5 hrs. / día	6 hrs. / día	7 hrs. / día	Más de 7 hrs. / día
	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
	1	2	3	4	5

Nota. Para fines de ésta investigación, la inversión de dinero se limita a viáticos y al pago a asesores contables, obviamente sólo aplica a personas que soliciten los servicios de un contador público porque son totalmente ignorantes de los asuntos fiscales. Ya que varía considerablemente la inversión que requiere una comercializadora a la requerida por una tortillería.

3.6 PROCESO DE CAPTACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Existen varias formas de captar información. Entre ellas se encuentran: las cartas, visitas periódicas al domicilio del sujeto, citar al sujeto en el lugar de estudio (centro de investigación), etc.

En el caso de ésta investigación, se capta la información a través de visitas periódicas al domicilio del sujeto.

También existen varios instrumentos para captar la información. Entre ellos se encuentran: la entrevista y el cuestionario.

La entrevista es una conversación entre un entrevistador y un entrevistado que proporciona determinada información. Existen dos tipos de entrevistas:

- Dirigida o estructurada. Sigue un procedimiento fijado de antemano por un cuestionario o una guía de entrevista.
- No dirigida o no estructurada. Deja a la iniciativa del entrevistado la narración del tema de interés. Para ello, se hacen algunas preguntas que den pie a que el entrevistado manifieste libremente sus opiniones. Esto requiere tener preparado el tema de la entrevista para poder plantear preguntas adecuadas e interpretar acertadamente la información proporcionada. Se debe tener sensibilidad para captar mentiras por parte del

entrevistado, ser lo suficiente cortés para evitar que el sujeto se niegue a responder a las preguntas, procurar preguntas claras, se debe ganar la confianza del entrevistado.⁸ En esta investigación, éste es el tipo de entrevista que se utiliza.

En el caso del cuestionario las preguntas se formulan por escrito y no siempre es necesaria la presencia del entrevistador.

De acuerdo a la forma en que se administre el cuestionario se establecen los siguientes procedimientos:

- Cuestionario por correo (encuesta postal). El entrevistado lo llena sin tener la presión de un entrevistador.
- Cuestionario administrado por el entrevistado (autoaplicado). El entrevistador da personalmente el cuestionario para que lo responda.
- Cuestionario administrado por el entrevistador. El entrevistador hace las preguntas y escribe las respuestas.⁹ Este es el tipo de cuestionario que se utilizan en esta investigación, pero no se escriben

⁸ Méndez R. Ignacio, Namihira G. Delia, Moreno A. Laura, Sosa Cristina. El protocolo de investigación, Pág. 191, 192

⁹ Méndez R. Ignacio, Namihira G. Delia, Moreno A. Laura, Sosa Cristina. El protocolo de investigación, Pág. 193

las respuestas, se almacenan en un audiocassette.

Como se puede observar, para esta investigación se requiere tanto de la entrevista como del cuestionario.

A continuación se anexa el modelo de cuestionario utilizado para la presente investigación. Cabe recordar que se le aplica a 16 empresas (tamaño de la muestra).

CUESTIONARIO

El siguiente cuestionario se realiza con el objeto de medir la inversión de dinero, tiempo y esfuerzo promedio que se requieren para el establecimiento de una empresa al aplicar el uso del manual de “Reglas para el establecimiento de empresas”.

El entrevistador hace las preguntas para que las conteste el entrevistado. No es necesario que el entrevistado ni el entrevistador escriban ya que las respuestas son grabadas.

El cuestionario es aplicado a la persona que haya hecho directamente uso del manual de “Reglas para el establecimiento de empresas”

Nombre de la institución_____

Nombre del entrevistador_____

Número del cuestionario de la muestra_____

Hora de inicio _____

Nombre de la empresa _____

Giro empresarial _____

Nombre del entrevistado _____

Sexo _____

Edad _____

Escolaridad _____

Cargo dentro de la empresa _____

1. ¿Para el establecimiento de la empresa se requirió ayuda del gobierno?

Si No

2. ¿Ésta es una empresa social o individual?

Social Individual

3. ¿El uso del manual lo benefició en algún sentido?

Si No

4. ¿En cuál/es?

5. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el tiempo necesario para el establecimiento de la empresa?

- Si No
6. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir la cantidad de dinero necesario para el establecimiento de la empresa?
- Si No
7. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el esfuerzo físico necesario para el establecimiento de la empresa?
- Si No
8. ¿Cuánto tiempo se requirió aproximadamente para el establecimiento de la empresa?
-
9. ¿Cuánto dinero se invirtió aproximadamente para el establecimiento de la empresa?
-
10. ¿Cuántas horas por día aproximadamente se dedicaron para el establecimiento de la empresa?
-
11. ¿Le perjudicó en algún sentido el uso del manual?
- Si No
12. ¿Recomendaría el uso del manual?
- Si No
13. ¿Le gustaría que se le agregara o quitara algún apartado al manual?
- Si No
14. ¿Cuál?
-

Gracias por su atención y cooperación.

Hora de terminación _____

Observaciones

Nota: El cuestionario es previamente aplicado a un grupo de personas ajenas a la investigación para detectar posibles fallas y rectificarlas así como determinar la validez y eficacia del mismo antes de aplicarlo a la muestra (población objetivo del estudio).

La codificación no es necesario aplicarla en todas las preguntas del cuestionario, ya que las verdaderamente importantes son las que proporcionan información acerca de las variables en estudio (tiempo, dinero y esfuerzo). Por lo que los datos como sexo, nombre, edad, etc., sólo sirven para tener un registro de las personas que brindan información así como para que exista un mínimo de error a la hora de transferir los datos a la computadora.

A continuación se presentan los 16 cuestionarios aplicados con sus respectivas respuestas.

Nombre de la institución Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Iztapalapa

Nombre del entrevistador/es Luz Miriam García Sosa y Daniel C. Castañeda Cruz
Número del cuestionario de la muestra 1

Hora de inicio 11:30 am

Nombre de la empresa Mi Lupita

Giro empresarial Tortillerías

Nombre del entrevistado José Ortiz Ocampo
Sexo Masculino

Edad 43 años

Escolaridad Primaria

Cargo dentro de la empresa Dueño

1. ¿Para el establecimiento de la empresa se requirió ayuda del gobierno?

Si No

2. ¿Ésta es una empresa social o individual?

Social Individual

3. ¿El uso del manual lo benefició en algún sentido?

Si No

4. ¿En cuál/es?

Me amplió el panorama respecto al proceso jurídico que tenía que seguir.

5. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el tiempo necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

6. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir la cantidad de dinero necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

7. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el esfuerzo físico necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

8. ¿Cuánto tiempo se requirió aproximadamente para el establecimiento de la empresa?

20 días hábiles

9. ¿Cuánto dinero se invirtió aproximadamente para trámites jurídicos (incluyendo viáticos) en el establecimiento de la empresa?

\$ 1,500.00 aproximadamente

10. ¿Cuántas horas por día aproximadamente se dedicaron para el establecimiento de la empresa?

Dos horas por día aproximadamente

11. ¿Le perjudicó en algún sentido el uso del manual?

Si No

12. ¿Recomendaría el uso del manual?

Si No

13. ¿Le gustaría que se le agregara o
quitara algún apartado al manual?

Si No

14. ¿Cuál?

Gracias por su atención y cooperación.

Hora de terminación 11:45 am

Observaciones

Nombre de la institución Universidad Autónoma
Metropolitana, unidad Iztapalapa

Nombre del entrevistador/es Luz Miriam García
Sosa y Daniel C. Castañeda Cruz

Número del cuestionario de la muestra 2

Hora de inicio 10:00 am

Nombre de la empresa Amanecer tapatío

Giro empresarial Carnicería

Nombre del entrevistado Amado López Sánchez

Sexo Masculino

Edad 38 años

Escolaridad Secundaria

Cargo dentro de la empresa Dueño

1. ¿Para el establecimiento de la empresa se requirió ayuda del gobierno?

Si No

2. ¿Ésta es una empresa social o individual?

Social Individual

3. ¿El uso del manual lo benefició en algún sentido?

Si No

4. ¿En cuál/es?

Supe que documentación tenía que presentar en cada trámite

5. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el tiempo necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

6. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir la cantidad de dinero necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

7. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el esfuerzo físico necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

8. ¿Cuánto tiempo se requirió aproximadamente para el establecimiento de la empresa?

15 días aproximadamente

9. ¿Cuánto dinero se invirtió aproximadamente para trámites jurídicos (incluyendo viáticos) en el establecimiento de la empresa?

\$ 1,300.00 aproximadamente

10. ¿Cuántas horas por día aproximadamente se dedicaron para el establecimiento de la empresa?

3 horas por día aproximadamente

11. ¿Le perjudicó en algún sentido el uso del manual?

Si No

12. ¿Recomendaría el uso del manual?

Si No

13. ¿Le gustaría que se le agregara o quitara algún apartado al manual?

Si No

14. ¿Cuál?

Gracias por su atención y cooperación.

Hora de terminación 10:15 am

Observaciones

Nombre de la institución Universidad Autónoma
Metropolitana, unidad Iztapalapa

Nombre del entrevistador/es Luz Miriam García
Sosa y Daniel C. Castañeda Cruz

Número del cuestionario de la muestra 3

Hora de inicio 9: 00 am

Nombre de la empresa El bizcochito

Giro empresarial Panadería

Nombre del entrevistado Felipe Durán Romero

Sexo Masculino

Edad 28 años

Escolaridad Secundaria

Cargo dentro de la empresa 2do dueño

1. ¿Para el establecimiento de la empresa se requirió ayuda del gobierno?

Si No

2. ¿Ésta es una empresa social o individual?

Social Individual

3. ¿El uso del manual lo benefició en algún sentido?

Si No

4. ¿En cuál/es?

5. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el tiempo necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

6. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir la cantidad de dinero necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

7. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el esfuerzo físico necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

8. ¿Cuánto tiempo se requirió aproximadamente para el establecimiento de la empresa?

30 días hábiles

9. ¿Cuánto dinero se invirtió aproximadamente para trámites jurídicos (incluyendo viáticos) en el establecimiento de la empresa?

\$ 4,500.00 aproximadamente

10. ¿Cuántas horas por día aproximadamente se dedicaron para el establecimiento de la empresa?

4 a 5 horas por día

11. ¿Le perjudicó en algún sentido el uso del manual?

Si No

12. ¿Recomendaría el uso del manual?

Si No

13. ¿Le gustaría que se le agregara o quitara algún apartado al manual?

Si No

14. ¿Cuál?

Agregar números telefónicos de las oficinas de gobierno

Gracias por su atención y cooperación.

Hora de terminación 9:15 am

Observaciones A pesar de que leí el manual tuve que ir varias veces con la documentación a las oficinas de gobierno, pienso que si tuviera los números telefónicos me hubiera sido útil el manual

Nombre de la institución Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Iztapalapa

Nombre del entrevistador/es Luz Miriam García Sosa y Daniel C. Castañeda Cruz

Número del cuestionario de la muestra 4

Hora de inicio 1:00 pm

Nombre de la empresa El surtidor

Giro empresarial Comercializadora

Nombre del entrevistado Victoria Valencia Dávalos

Sexo Femenino

Edad 37 años

Escolaridad Preparatoria

Cargo dentro de la empresa Hija del dueño

1. ¿Para el establecimiento de la empresa se requirió ayuda del gobierno?

Si No

2. ¿Ésta es una empresa social o individual?

Social Individual

3. ¿El uso del manual lo benefició en algún sentido?

Si No

4. ¿En cuál/es?

Nos dimos cuenta que para el giro que tenemos no era necesario hacer tantos trámites de ecología y protección civil como nos había dicho el contador.

5. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el tiempo necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

6. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir la cantidad de dinero necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

7. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el esfuerzo físico

necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

8. ¿Cuánto tiempo se requirió aproximadamente para el establecimiento de la empresa?

15 días aproximadamente

9. ¿Cuánto dinero se invirtió aproximadamente para trámites jurídicos (incluyendo viáticos) en el establecimiento de la empresa?

\$ 4,500.00 aproximadamente

10. ¿Cuántas horas por día aproximadamente se dedicaron para el establecimiento de la empresa?

2 a 3 horas por día

11. ¿Le perjudicó en algún sentido el uso del manual?

Si No

12. ¿Recomendaría el uso del manual?

Si No

13. ¿Le gustaría que se le agregara o quitara algún apartado al manual?

Si No

14. ¿Cuál?

Números telefónicos de las dependencias de gobierno tanto locales como federales (en este caso lada 800).

Gracias por su atención y cooperación.

Hora de terminación 1:15 pm

Observaciones

Después de utilizar el manual y tener una plática a fondo con Miriam acerca del fin que sigue con este manual pienso que va a ser de gran ayuda puesto que nos brinda una idea general de la documentación que se tiene que cubrir y donde se tienen que realizar los trámites. Así mismo para no ser sorprendidos por la gente que se pone a nuestros servicios para realizar dichos trámites.

Nombre de la institución Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Iztapalapa

Nombre del entrevistador/es Luz Miriam García Sosa y Daniel C. Castañeda Cruz

Número del cuestionario de la muestra 5

Hora de inicio 9:30 am

Nombre de la empresa Duraznos el tetela

Giro empresarial Planta de elaboración de jugos y néctares

Nombre del entrevistado Felipe Jiménez Cantú

Sexo Masculino

Edad 53 años

Escolaridad Secundaria

Cargo dentro de la empresa Socio en igualdad de porcentaje

1. ¿Para el establecimiento de la empresa se requirió ayuda del gobierno?

Si No

2. ¿Ésta es una empresa social o individual?

Social Individual

3. ¿El uso del manual lo benefició en algún sentido?

Si No

4. ¿En cuál/es?

Con esto sabemos que requisitos tenemos que cubrir como sociedad que somos en el pueblo.

5. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el tiempo necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

6. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir la cantidad de dinero necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

7. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el esfuerzo físico necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

8. ¿Cuánto tiempo se requirió aproximadamente para el establecimiento de la empresa?

Primera visita: llevamos 25 días y estamos por concluir.

Segunda visita: 30 días

9. ¿Cuánto dinero se invirtió aproximadamente para trámites jurídicos (incluyendo viáticos) en el establecimiento de la empresa?

\$ 3,500.00 aproximadamente

10. ¿Cuántas horas por día aproximadamente se dedicaron para el establecimiento de la empresa?

2 horas por día aproximadamente

11. ¿Le perjudicó en algún sentido el uso del manual?

Si No

12. ¿Recomendaría el uso del manual?

Si No

13. ¿Le gustaría que se le agregara o quitara algún apartado al manual?

Si No

14. ¿Cuál?

Que tenga mas ejemplos de sociedades en zonas rurales como la de nosotros.

Gracias por su atención y cooperación.

Hora de terminación 9:45 am

Observaciones

A pesar de que existimos sociedades rurales hoy día no existe la información completa en el aspecto jurídico y otros, puesto que se piensa que este tipo de sociedad no son redituables y por lo tanto nos es difícil por tiempo y dinero recopilar todos los requisitos que tenemos que cubrir.

Nombre de la institución Universidad Autónoma
Metropolitana, unidad Iztapalapa

Nombre del entrevistador/es Luz Miriam García
Sosa y Daniel C. Castañeda Cruz

Número del cuestionario de la muestra 6

Hora de inicio 12:00 pm

Nombre de la empresa Quesos y cremas
Zacasonapa

Giro empresarial Planta de elaboración de
productos lácteos

Nombre del entrevistado María Cira Cruz
Sandoval

Sexo Femenino

Edad 49 años

Escolaridad Bachillerato

Cargo dentro de la empresa Dueña

1. ¿Para el establecimiento de la
empresa se requirió ayuda del
gobierno?

Si No

2. ¿Ésta es una empresa social o
individual?

Social Individual

3. ¿El uso del manual lo benefició en algún sentido?

Si No

4. ¿En cuál/es?

Proceso jurídico

5. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el tiempo necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

6. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir la cantidad de dinero necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

7. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el esfuerzo físico necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

8. ¿Cuánto tiempo se requirió aproximadamente para el establecimiento de la empresa?

15 días aproximadamente

9. ¿Cuánto dinero se invirtió aproximadamente para trámites jurídicos (incluyendo viáticos) en el establecimiento de la empresa?

\$ 2,000.00 aproximadamente

10. ¿Cuántas horas por día aproximadamente se dedicaron para el establecimiento de la empresa?

3 horas aproximadamente

11. ¿Le perjudicó en algún sentido el uso del manual?

Si No

12. ¿Recomendaría el uso del manual?

Si No

13. ¿Le gustaría que se le agregara o quitara algún apartado al manual?

Si No

14. ¿Cuál?

Que se actualice anualmente

Gracias por su atención y cooperación.

Hora de terminación 12:15 pm

Observaciones

Años atrás este negocio ya lo había trabajado, pensé que al reanudar labores tenía que realizar los mismos trámites que anteriormente había hecho sin embargo me di cuenta que algunos se han simplificado y otros son nuevos.

Nombre de la institución Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Iztapalapa

Nombre del entrevistador/es Luz Miriam García Sosa y Daniel C. Castañeda Cruz

Número del cuestionario de la muestra 7

Hora de inicio 10:30 am

Nombre de la empresa Encurtidos La Valenciana

Giro empresarial Planta para la elaboración de encurtidos

Nombre del entrevistado Ángel Duarte Valencia

Sexo Masculino

Edad 43 años

Escolaridad Carrera trunca

Cargo dentro de la empresa Dueño

1. ¿Para el establecimiento de la empresa se requirió ayuda del gobierno?

Si No

2. ¿Ésta es una empresa social o individual?

Social Individual

3. ¿El uso del manual lo benefició en algún sentido?

Si No

4. ¿En cuál/es?

En el papeleo que tenemos que cubrir para tener en regla el negocio familiar.

5. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el tiempo necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

6. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir la cantidad de dinero necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

7. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el esfuerzo físico

necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

8. ¿Cuánto tiempo se requirió aproximadamente para el establecimiento de la empresa?

El negocio ya estaba establecido, solo queremos tenerlo en regla. 30 días hábiles.

9. ¿Cuánto dinero se invirtió aproximadamente para trámites jurídicos (incluyendo viáticos) en el establecimiento de la empresa?

\$ 2,500.00 aproximadamente

10. ¿Cuántas horas por día aproximadamente se dedicaron para el establecimiento de la empresa?

3 horas aproximadamente

11. ¿Le perjudicó en algún sentido el uso del manual?

Si No

12. ¿Recomendaría el uso del manual?

Si No

13. ¿Le gustaría que se le agregara o quitara algún apartado al manual?

Si No

14. ¿Cuál?

Un apartado donde nos podamos contactar las diferentes empresas.

Gracias por su atención y cooperación.

Hora de terminación 10:45 am

Observaciones

Me gustaría que este manual estuviera en Internet para que más gente tenga acceso a el.

Nombre de la institución Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Iztapalapa

Nombre del entrevistador/es Luz Miriam García Sosa y Daniel C. Castañeda Cruz

Número del cuestionario de la muestra 8

Hora de inicio 11:00 am

Nombre de la empresa Purificadora el diamante

Giro empresarial Purificadora de agua

Nombre del entrevistado Angela Gallardo Esquivéz

Sexo Femenino

Edad 28 años

Escolaridad Ing. Químico

Cargo dentro de la empresa Dueño

1. ¿Para el establecimiento de la empresa se requirió ayuda del gobierno?

Si No

2. ¿Esta es una empresa social o individual?

Social Individual

3. ¿El uso del manual lo benefició en algún sentido?

Si No

4. ¿En cuál/es?

5. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el tiempo necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

6. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir la cantidad de dinero necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

7. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el esfuerzo físico necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

8. ¿Cuánto tiempo se requirió aproximadamente para el establecimiento de la empresa?

40 días aproximadamente

9. ¿Cuánto dinero se invirtió aproximadamente para trámites jurídicos (incluyendo viáticos) en el establecimiento de la empresa?

\$ 5,000.00

10. ¿Cuántas horas por día aproximadamente se dedicaron para el establecimiento de la empresa?

4 horas aproximadamente

11. ¿Le perjudicó en algún sentido el uso del manual?

Si No

12. ¿Recomendaría el uso del manual?

Si No

13. ¿Le gustaría que se le agregara o quitara algún apartado al manual?

Si No

14. ¿Cuál?

Que tenga mas información acerca del tramite que se tiene que llevar con respecto a la comisión de aguas en el estado de Jalisco.

Gracias por su atención y cooperación.

Hora de terminación 11:15 am

Observaciones

Nombre de la institución Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Iztapalapa

Nombre del entrevistador/es Luz Miriam García Sosa y Daniel C. Castañeda Cruz

Número del cuestionario de la muestra 9

Hora de inicio 9:30 am

Nombre de la empresa El rincón de siempre

Giro empresarial Cafeterías

Nombre del entrevistado Patricia R. Salinas Ramos

Sexo Femenino

Edad 37 años

Escolaridad Carrera técnica

Cargo dentro de la empresa Dueña

1. ¿Para el establecimiento de la empresa se requirió ayuda del gobierno?

Si No

2. ¿Ésta es una empresa social o individual?

Social Individual

3. ¿El uso del manual lo benefició en algún sentido?

Si No

4. ¿En cuál/es?

En el marco jurídico

5. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el tiempo necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

6. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir la cantidad de dinero necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

7. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el esfuerzo físico necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

8. ¿Cuánto tiempo se requirió aproximadamente para el establecimiento de la empresa?

20 días aproximadamente

9. ¿Cuánto dinero se invirtió aproximadamente para trámites jurídicos (incluyendo viáticos) en el establecimiento de la empresa?

\$ 4,000.00

10. ¿Cuántas horas por día aproximadamente se dedicaron para el establecimiento de la empresa?

3 horas aproximadamente

11. ¿Le perjudicó en algún sentido el uso del manual?

Si No

12. ¿Recomendaría el uso del manual?

Si No

13. ¿Le gustaría que se le agregara o quitara algún apartado al manual?

Si No

14. ¿Cuál?

Me gustaría que tuviera más ejemplos de diferentes giros.

Gracias por su atención y cooperación.

Hora de terminación 9:45 am

Observaciones

Este manual se me hace una muy buena opción ya que cuando se inicia un negocio muchas veces no se está tan enterado de la serie de trámites que se tienen que cubrir para la apertura de un negocio.

Nombre de la institución Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Iztapalapa

Nombre del entrevistador/es Luz Miriam García Sosa y Daniel C. Castañeda Cruz

Número del cuestionario de la muestra 10

Hora de inicio 10:30 am

Nombre de la empresa El charco del sapito

Giro empresarial Restaurantes

Nombre del entrevistado María de Lourdes Martínez Cepeda

Sexo Femenino

Edad 33 años

Escolaridad Secundaria

Cargo dentro de la empresa Dueña

1. ¿Para el establecimiento de la empresa se requirió ayuda del gobierno?

Si No

2. ¿Ésta es una empresa social o individual?

Social Individual

3. ¿El uso del manual lo benefició en algún sentido?

Si No

4. ¿En cuál/es?

Sé que trámites tengo que hacer para tener mi negocio regulado y saber que posibles supervisores pueden llegar.

5. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el tiempo necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

6. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir la cantidad de dinero necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

7. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el esfuerzo físico necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

8. ¿Cuánto tiempo se requirió aproximadamente para el establecimiento de la empresa?

15 días hábiles aproximadamente

9. ¿Cuánto dinero se invirtió aproximadamente para trámites

jurídicos (incluyendo viáticos) en el establecimiento de la empresa?

\$ 1,500.00 aproximadamente

10. ¿Cuántas horas por día aproximadamente se dedicaron para el establecimiento de la empresa?

2 horas y media aproximadamente

11. ¿Le perjudicó en algún sentido el uso del manual?

Si No

12. ¿Recomendaría el uso del manual?

Si No

13. ¿Le gustaría que se le agregara o quitara algún apartado al manual?

Si No

14. ¿Cuál?

Gracias por su atención y cooperación.

Hora de terminación 10:45 am

Observaciones

Nombre de la institución Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Iztapalapa

Nombre del entrevistador/es Luz Miriam García Sosa y Daniel C. Castañeda Cruz

Número del cuestionario de la muestra 11

Hora de inicio 2:00 pm

Nombre de la empresa Diseños El Suriano

Giro empresarial Talleres de ropa

Nombre del entrevistado José Juan Suriano Méndez

Sexo Masculino

Edad 30 años

Escolaridad Preparatoria

Cargo dentro de la empresa Dueño

1. ¿Para el establecimiento de la empresa se requirió ayuda del gobierno?

Si No

2. ¿Ésta es una empresa social o individual?

Social Individual

3. ¿El uso del manual lo benefició en algún sentido?

Si No

4. ¿En cuál/es?

En los trámites a realizar para estar en funcionamiento correctamente

5. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el tiempo necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

6. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir la cantidad de dinero necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

7. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el esfuerzo físico necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

8. ¿Cuánto tiempo se requirió aproximadamente para el establecimiento de la empresa?

25 días aproximadamente

9. ¿Cuánto dinero se invirtió aproximadamente para trámites jurídicos (incluyendo viáticos) en el establecimiento de la empresa?

\$3,000.00 a \$4,000.00
aproximadamente

10. ¿Cuántas horas por día aproximadamente se dedicaron para el establecimiento de la empresa?

3 a 4 horas al día

11. ¿Le perjudicó en algún sentido el uso del manual?

Si No

12. ¿Recomendaría el uso del manual?

Si No

13. ¿Le gustaría que se le agregara o quitara algún apartado al manual?

Si No

14. ¿Cuál?

Me gustaría que agregaran mas ejemplos de procesos productivos.

Gracias por su atención y cooperación.

Hora de terminación 2:15 pm

Observaciones

Anteriormente fui trabajador de un taller de ropa, decidí independizarme y sólo sabía del proceso jurídico agroso modo y por las pláticas que tuve con el contador de mi patrón; pero en realidad no sabía como funcionaba todo este proceso, pienso que es una buena opción para la gente que no conocemos muy a fondo el sistema.

Nombre de la institución Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Iztapalapa

Nombre del entrevistador/es Luz Miriam García Sosa y Daniel C. Castañeda Cruz

Número del cuestionario de la muestra 12

Hora de inicio 11:30 am

Nombre de la empresa Granjas El Gallo de Oro

Giro empresarial Granjas avícola

Nombre del entrevistado Ing. Isidro Cortés Villanueva

Sexo Masculino

Edad 49 años

Escolaridad Licenciautura

Cargo dentro de la empresa Jefe de Proceso productivo

1. ¿Para el establecimiento de la empresa se requirió ayuda del gobierno?

Si No

2. ¿Ésta es una empresa social o individual?

Social Individual

3. ¿El uso del manual lo benefició en algún sentido?

Si No

4. ¿En cuál/es?

Ratificar lo que se había platicado con el contador

5. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el tiempo necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

6. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir la cantidad de dinero necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

7. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el esfuerzo físico necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

8. ¿Cuánto tiempo se requirió aproximadamente para el establecimiento de la empresa?

30 días hábiles aproximadamente

9. ¿Cuánto dinero se invirtió aproximadamente para trámites jurídicos (incluyendo viáticos) en el establecimiento de la empresa?

\$4,000.00 a \$5,000.00
aproximadamente

10. ¿Cuántas horas por día aproximadamente se dedicaron para el establecimiento de la empresa?

5 horas al día aproximadamente

11. ¿Le perjudicó en algún sentido el uso del manual?

Si No

12. ¿Recomendaría el uso del manual?

Si No

13. ¿Le gustaría que se le agregara o quitara algún apartado al manual?

Si No

14. ¿Cuál?
Que se extendieran un poco más en el giro de granjas avícolas en toda la información en general.

Gracias por su atención y cooperación.

Hora de terminación 11:35 am

Observaciones

Pienso que es una buena opción para las pequeñas empresas por que brinda un panorama general de los trámites que se tiene que cubrir en cualquier giro, pero también me gustaría que tuviera mas ejemplos de procesos productivos y con todo gusto me gustaría estar incluido.

Nombre de la institución Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Iztapalapa

Nombre del entrevistador/es Luz Miriam García Sosa y Daniel C. Castañeda Cruz

Número del cuestionario de la muestra 13

Hora de inicio 12:30 am

Nombre de la empresa Rancho San Isidro

Giro empresarial Granjas de ganado

Nombre del entrevistado Heráclio Arriaga de la Garza y cía.

Sexo Masculino

Edad 58 años

Escolaridad Secundaria

Cargo dentro de la empresa Socio

1. ¿Para el establecimiento de la empresa se requirió ayuda del gobierno?

Si No

2. ¿Ésta es una empresa social o individual?

Social Individual

3. ¿El uso del manual lo benefició en algún sentido?

Si No

4. ¿En cuál/es?

Ampliamos el panorama de trámites de protección civil y ecología.

5. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el tiempo necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

6. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir la cantidad de dinero necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

7. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el esfuerzo físico necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

8. ¿Cuánto tiempo se requirió aproximadamente para el establecimiento de la empresa?

15 días aproximadamente

9. ¿Cuánto dinero se invirtió aproximadamente para trámites jurídicos (incluyendo viáticos) en el establecimiento de la empresa?

\$8,000.00 aproximadamente

10. ¿Cuántas horas por día aproximadamente se dedicaron para el establecimiento de la empresa?

4 a 5 horas por día

11. ¿Le perjudicó en algún sentido el uso del manual?

Si No

12. ¿Recomendaría el uso del manual?

Si No

13. ¿Le gustaría que se le agregara o quitara algún apartado al manual?

Si No

14. ¿Cuál?

Gracias por su atención y cooperación.

Hora de terminación 12:45 am

Observaciones

En nuestra población se formo un comité de la cual yo soy el presidente y cada lugar al que tenemos que ir a hacer algún tramite vamos 5 integrantes de 33 socios que somos, por esto nos es de gran ayuda el manual por que no tenemos que gastar en trasladarnos varias veces a un mismo lugar puesto que sabemos con esto, que documentación tenemos que llevar.

Nombre de la institución Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Iztapalapa

Nombre del entrevistador/es Luz Miriam García Sosa y Daniel C. Castañeda Cruz

Número del cuestionario de la muestra 14

Hora de inicio 11:00 am

Nombre de la empresa Centro recreativo valle del conejo

Giro empresarial Granjas acuícola

Nombre del entrevistado Cleotilde Granados Gutierrez

Sexo Femenino

Edad 35 años

Escolaridad Bachillerato

Cargo dentro de la empresa Dueña

1. ¿Para el establecimiento de la empresa se requirió ayuda del gobierno?

Si No

2. ¿Ésta es una empresa social o individual?

Social Individual

3. ¿El uso del manual lo benefició en algún sentido?

- Si No
4. ¿En cuál/es?
Al leer el manual se que tener mi negocio en regla no es tan difícil como había pensado.
5. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el tiempo necesario para el establecimiento de la empresa?
Si No
6. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir la cantidad de dinero necesario para el establecimiento de la empresa?
Si No
7. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el esfuerzo físico necesario para el establecimiento de la empresa?
Si No
8. ¿Cuánto tiempo se requirió aproximadamente para el establecimiento de la empresa?
15 días aproximadamente
9. ¿Cuánto dinero se invirtió aproximadamente para trámites jurídicos (incluyendo viáticos) en el establecimiento de la empresa?
\$ 1,500.00 aproximadamente
10. ¿Cuántas horas por día aproximadamente se dedicaron para el establecimiento de la empresa?
3 a 4 horas por día aproximadamente
11. ¿Le perjudicó en algún sentido el uso del manual?

Si No
12. ¿Recomendaría el uso del manual?

Si No
13. ¿Le gustaría que se le agregara o quitara algún apartado al manual?

No
14. ¿Cuál?
Mas ejemplos de procesos productivos de granjas acuícola

Gracias por su atención y cooperación.

Hora de terminación 11:15 am

Observaciones

En la región existen varios criaderos de truchas, es por esto que se me ocurrió la idea de hacer el mío, no estaba en regla puesto que pensé que eran muy engorrosos los trámites. Al leer el manual me dí cuenta que no es así, pienso que es una buena herramienta para saber los permisos que tenemos que adquirir.

Nombre de la institución Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Iztapalapa

Nombre del entrevistador/es Luz Miriam García Sosa y Daniel C. Castañeda Cruz

Número del cuestionario de la muestra 15

Hora de inicio 10:30 am

Nombre de la empresa Productos higiénicos San Juan del Río

Giro empresarial Producción de artículos para aseo personal e higiene doméstica.

Nombre del entrevistado Martha Campos Castelum

Sexo Femenino

Edad 37 años

Escolaridad Carrera técnica

Cargo dentro de la empresa Dueña

1. ¿Para el establecimiento de la empresa se requirió ayuda del gobierno?

Si No

2. ¿Ésta es una empresa social o individual?

Social Individual

3. ¿El uso del manual lo benefició en algún sentido?

Si No

4. ¿En cuál/es?

Corroborar lo que el contador me decía que tenía que tramitar

5. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el tiempo necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

6. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir la cantidad de dinero necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

7. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el esfuerzo físico necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

8. ¿Cuánto tiempo se requirió aproximadamente para el establecimiento de la empresa?

25 días aproximadamente

9. ¿Cuánto dinero se invirtió aproximadamente para trámites jurídicos (incluyendo viáticos) en el establecimiento de la empresa?

\$6,500.00 aproximadamente

10. ¿Cuántas horas por día aproximadamente se dedicaron para el establecimiento de la empresa?

2 horas por día aproximadamente

11. ¿Le perjudicó en algún sentido el uso del manual?

Si No

12. ¿Recomendaría el uso del manual?

Si No

13. ¿Le gustaría que se le agregara o quitara algún apartado al manual?

Si No

14. ¿Cuál?

Mas ejemplos de procesos productivos de diferentes empresas

Gracias por su atención y cooperación.

Hora de terminación 10:45 am

Observaciones

A mí opinión pienso que el manual sirve como un buen respaldo para saber los pasos a seguir y sobre todo el orden que llevan cada uno.

Nombre de la institución Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Iztapalapa

Nombre del entrevistador/es Luz Miriam García Sosa y Daniel C. Castañeda Cruz

Número del cuestionario de la muestra 16

Hora de inicio 12:30 pm

Nombre de la empresa Estética unisex Jenny

Giro empresarial Empresas de servicio

Nombre del entrevistado Jennifer González Pérez

Sexo Femenino

Edad 25 años

Escolaridad Carrera técnica

Cargo dentro de la empresa Dueña

1. ¿Para el establecimiento de la empresa se requirió ayuda del gobierno?

Si No

2. ¿Ésta es una empresa social o individual?

Social Individual

3. ¿El uso del manual lo benefició en algún sentido?

Si No

4. ¿En cuál/es?

Los trámites que tengo que llevar a cabo para dar de alta mi negocio

5. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el tiempo necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

6. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir la cantidad de dinero necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

7. ¿Cree que el uso del manual ayudó a disminuir el esfuerzo físico necesario para el establecimiento de la empresa?

Si No

8. ¿Cuánto tiempo se requirió aproximadamente para el establecimiento de la empresa?

15 días hábiles aproximadamente

9. ¿Cuánto dinero se invirtió aproximadamente para trámites jurídicos (incluyendo viáticos) en el establecimiento de la empresa?

\$2,000.00 aproximadamente

10. ¿Cuántas horas por día aproximadamente se dedicaron para el establecimiento de la empresa?

2 horas por día aproximadamente

11. ¿Le perjudicó en algún sentido el uso del manual?

Si No

12. ¿Recomendaría el uso del manual?

Si No

13. ¿Le gustaría que se le agregara o quitara algún apartado al manual?

Si No

14. ¿Cuál?

Ejemplos de procesos productivos de estéticas.

Gracias por su atención y cooperación.

Hora de terminación 12:45 am

Observaciones

El manual me sirvió de guía para dar de alta mi negocio, puesto que en la escuela sólo me dieron una plática superficial de cómo poner un negocio, pero en realidad faltaban varios trámites importantes. También me gustaría que tuviera ejemplos de estéticas y estoy a sus ordenes para estar en la próxima edición.

En cuanto a las entrevistas, éstas se aplican a los dueños de las empresas y a sus asesores contables. La información proporcionada es la que sirve de base para la investigación (Marco de referencia) así como para la elaboración del manual de “Reglas para el establecimiento de empresas”.

Por lo que, como resultado de éstas se tiene que:

Concepto	Datos aproximados
Tiempo	De 2 a 3 meses
Dinero	Entre \$6,000.00 y \$8,000.00
Esfuerzo	6 horas

3.7 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Resultados de los cuestionarios aplicados a las personas que hicieron uso del manual

N o.	Giro	Cargo	Escolaridad	Recibió ayuda del Gob.		Tipo de empresa		Benefició el uso del manual		Disminuyó el tiempo invertido		Disminuyó la cantidad de dinero invertido	
				Si	No	Social	Individual	Si	No	Si	No	Si	No
1	Tortillería	Dueño	Primaria		*		*	*		*		*	
2	Carnicería	Dueño	Secundaria		*		*	*		*		*	
3	Panadería	Segundo dueño	Secundaria		*	*			*		*		*
4	Comercializadora	Hija del dueño	Preparatoria		*	*		*		*		*	
5	Planta de elaboración de jugos y néctares	Socio en igualdad de porcentaje	Secundaria	*		*		*		*		*	
6	Planta de elaboración de productos lácteos	Dueña	Bachillerato		*		*	*		*		*	
7	Planta para la elaboración de	Dueño	Carrera trunca		*	*		*		*		*	

	encurtidos												
8	Purificadora de agua	Dueño	Ing. Químico		*		*		*		*		*
9	Cafetería	Dueño	Carrera técnica		*		*	*		*		*	
10	Restaurantes	Dueño	Secundaria		*		*	*		*		*	
11	Taller de ropa	Dueño	Preparatoria		*	*		*		*		*	
12	Granja avícola	Jefe de proceso productivo	Ing. en alimentos		*	*		*			*	*	
13	Granja de ganado	Socio	Secundaria	*		*		*		*		*	
14	Granja acuícola	Dueño	Bachillerato		*		*	*		*		*	
15	Producción de artículos para higiene personal y doméstica.	Dueña	Carrera técnica		*		*	*			*		*
16	Servicios	Dueña	Carrera técnica		*		*	*		*		*	

Continuación...

No.	Giro	Cargo	Escolaridad	Disminuyó el esfuerzo invertido		Tiempo invertido requerido (en días hábiles)	Dinero invertido requerido (en pesos mexicanos)	Esfuerzo invertido requerido (horas por día)	Afectó el uso del manual		Se recomienda el uso del manual	
				si	no				si	no	si	no
1	Tortillería	Dueño	Primaria	*		20	\$1,500.00	2		*	*	
2	Carnicería	Dueño	Secundaria	*		15	\$1,300.00	3		*	*	
3	Panadería	Segundo dueño	Secundaria		*	30	\$4,500.00	5		*		*
4	Comercializadora	Hija del dueño	Preparatoria		*	15	\$4,500.00	3		*	*	
5	Planta de elaboración de jugos y néctares	Socio en igualdad de porcentaje	Secundaria	*		30	\$3,500.00	2		*	*	
6	Planta de elaboración de productos lácteos	Dueña	Bachillerato	*		15	\$2,000.00	3		*	*	
7	Planta para la elaboración de encurtidos	Dueño	Carrera trunca	*		30	\$2,500.00	3		*	*	
8	Purificadora de agua	Dueño	Ing. Químico		*	40	\$5,000.00	4		*		*
9	Cafetería	Dueño	Carrera técnica	*		20	\$4,000.00	3		*	*	
10	Restaurantes	Dueño	Secundaria	*		15	\$1,500.00	3		*	*	
11	Taller de ropa	Dueño	Preparatoria	*		25	\$4,000.00	4		*	*	
12	Granja avícola	Jefe de	Ing. en		*	30	\$5,000.00	5		*	*	

		proceso productivo	alimentos									
13	Granja de ganado	Socio	Secundaria	*		15	\$8,000.00	5		*	*	
14	Granja acuícola	Dueño	Bachillerato	*		15	\$1,500.00	4		*	*	
15	Producción de artículos para higiene personal y doméstica.	Dueña	Carrera técnica		*	25	\$6,500.00	2		*	*	
16	Servicios	Dueña	Carrera técnica	*		15	\$2,000.00	2		*	*	

3.8 RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Interpretación de resultados de las 16 muestras.

Según los resultados mostrados en la tabla se obtiene lo siguiente:

- **Tiempo:** se obtienen 21.8 días; es decir, en promedio se requieren de 22 días hábiles para el establecimiento de una empresa independientemente del giro al que pertenezca (con ayuda del manual).
- **Dinero:** se obtienen \$3581.25; es decir, en promedio se requieren de \$3,600 para el establecimiento de una empresa independientemente del giro al que pertenezca (con ayuda del manual).
- **Esfuerzo:** se obtienen 3.31 horas por día; es decir, en promedio se requieren de 4 horas al día para el establecimiento de una empresa independientemente del giro al que pertenezca (con ayuda del manual).

En resumen, tenemos que para el establecimiento de cualquier empresa, reiterando que sólo se está tratando el proceso de reglamentación, se requieren en promedio de 4 horas diarias durante 22 días hábiles con una inversión de \$3,600 pesos mexicanos.

Con los datos proporcionados por las personas entrevistadas, mencionados en el marco de referencia de ésta investigación, en donde:

“El *tiempo* requerido para el establecimiento de una empresa independientemente del giro al que pertenezca y sin ayuda del manual es aproximadamente de dos a tres meses; es decir, de 30 a 60 días con un *esfuerzo* diario en promedio de 6 horas y una inversión en *dinero* aproximada de \$6,000 a \$8,000.”...

Se pudo obtener el cuadro presentado en el capítulo 3 “Metodología de estudio” en el apartado 3.5 “Variables y escalas de medición”.

Tiempo (en días hábiles)	15 días	30 días	45 días	60 días	Más de 60 días
	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
	1	2	3	4	5
Dinero (en pesos mexicanos)	\$2,000	\$4,000	\$6,000	\$8,000	Más de \$8,000
	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
	1	2	3	4	5
Esfuerzo (hrs. / día)	4 hrs. / día	5 hrs. / día	6 hrs. / día	7 hrs. / día	Más de 7 hrs. / día
	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
	1	2	3	4	5

Si se observa el cuadro se podrá notar que el uso de manual resultó favorable:

<i>Sin ayuda del manual</i>	<i>Con ayuda del manual</i>
Tiempo: 30 a 60 días hábiles (en promedio 45 días)	Tiempo: 22 días hábiles. Dinero: \$3,600 Esfuerzo: 4 horas por día

Dinero: \$6,000 a \$8,000 (en promedio \$7,000) Esfuerzo: 6 horas por día	
---	--

Puesto que los datos arrojados en la muestra caen en las columnas de calificación “Bueno” y “Muy bueno”.

En cuanto al **tiempo** el resultado se encuentra ubicado justo a la mitad de la escala más alta, en donde “Muy bueno” equivale a 15 días; “Bueno” equivale a 30 días, y el resultado obtenido con ayuda del manual equivale a 22 días.

Con respecto del **dinero**, se tiene que el resultado arrojado en la muestra se encuentra en la columna de “Bueno” que equivale a \$4,000 ya que el requerido según el sondeo es de \$3,600.

En lo referente al esfuerzo, se puede observar que según el resultado, estamos ubicados en la columna de “Muy bueno” que equivale a 4 horas, justo las que proyecta la muestra.

En conclusión se puede decir que el uso del manual disminuyó en un 51.1% el **tiempo** requerido para el establecimiento de una empresa de cualquier giro, así como disminuyó en un 48.6% el **dinero** invertido y en un 33.3% el **esfuerzo** necesario.

3.9 RECURSOS

Ésta, como toda investigación, requiere de recursos humanos, materiales y financieros para llevar a un buen término el estudio.

En cuanto a los recursos humanos, fue de gran ayuda la información proporcionada por los dueños de las empresas y sus asesores contables así como funcionarios públicos, entre los que se puede mencionar a: Salvador Malanco Peña, Jefe de Cobros, Noe Reyes Salinas, Asesor Jurídico, Lic. Felipe Sosa Nieves, Director Desarrollo Urbano, Arquitecto José Luis Echevarría Acho, Jefe de Departamento de Uso de Suelo (Todos ellos del Municipio de Chalco; Desarrollo Urbano y Protección Civil en Presidencia Municipal de Chalco); Sr. Roberto Cruz Sandoval, dueño de empresa dedicada al diseño y producción de ropa de mezclilla ubicada en el Municipio de Nezahualcoyotl Estado de México, C.P. Rogelio García Díaz, Ing. Químico José Antonio López Albarrán encargado del teñido y planchado de la mezclilla; Braulio Gallardo Salazar tablajero de la carnicería “Mi Carmelita”, Local 1 en el Mercado Municipal de Ozumba Estado de México; José Luis Sánchez Becerra dueño en sociedad con 10 compañeros más de Granja Acuícola de nombre “Criadero Truchas bajo el volcán” ubicada en Tetela del volcán Municipio del Estado de Morelos, Lic Jorge Losada Martínez, Presidente Municipal de Tetela del volcán; Sr. Tomás Iturbide, dueño de Huerta

de Jitomates ubicada en San Miguel Municipio del Estado de Morelos; etc.

Por su puesto no se puede dejar de mencionar a las personas que hicieron uso del manual (datos especificados en los cuestionarios aplicados).

Y desde luego a un gran colaborador por su ayuda proporcionada al auxiliar en todo lo referente a la investigación, Daniel C. Castañeda Cruz, estudiante de la Ingeniería en Electrónica en la UAM Iztapalapa, además del asesor de investigación Doctor Héctor Godínez Jiménez y una servidora.

En cuanto a los recursos materiales se puede mencionar que sólo se requiere de papelería (hojas de papel, bolígrafos, lápices, etc.), PC, impresora, discos de 3 ½, grabadora de microcassette y medio de transporte que incluye gasolina o cuota colectiva y lo más importante, recopilación bibliográfica auxiliar para realizar un buen seguimiento de la investigación entre las que cabe mencionar “El protocolo de Investigación”.

En lo que se refiere a recursos financieros como se hace mención al inicio de la investigación, no se puede elaborar un estimado puesto que no son gastos fijos, además de que en ciertos lugares los materiales son más costosos.

3.10 LOGÍSTICA

1. Recopilación bibliográfica
2. Elaboración de protocolo
3. Adquisición de material
4. Diseño de los instrumentos
5. Recabación de datos
6. Procesamiento
7. Análisis
8. Presentación de investigación

3.11 ÉTICA DEL ESTUDIO

Sólo se puede mencionar en este apartado que la información brindada en dicha investigación es veraz y las personas aquí mencionadas pueden ser contactadas para comprobar que fueron colaboradores para la elaboración de éste trabajo.

Las personas que contestaron el cuestionario no fueron manipulados de ninguna manera para alterar sus respuestas.

Capítulo 4

DISEÑO DE PROYECTO DE
INVERSIÓN

4 DISEÑO DE PROYECTO DE INVERSIÓN

Un proyecto de inversión es una fuente de costos y beneficios que ocurren en distintos períodos de tiempo. Es la aplicación de recursos con la finalidad de obtener lucro, en este caso el concepto se altera un poco ya que la investigación propone que no solamente se busque incrementar la riqueza sino también preservar los recursos naturales, satisfacer las necesidades a través del intercambio con otros productores y oferentes de servicios. Los proyectos se justifican por la expansión de los negocios o por la reducción de costos.

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea de que sea realizable y a las instituciones que lo apoyan saber es viable, se puede realizar y obtener los resultados esperados.

Existen dos tipos de proyectos de inversión, privado y social. En este caso el que se requiere es de tipo social. El cual busca cumplir con objetivos sociales a través de metas gubernamentales o alternativas, empleadas por programas de apoyo. Los términos evolutivos

estarán referidos al término de las metas bajo criterios de tiempo o alcances poblacionales.

El contenido y el orden que deberá llevar el diseño de inversión será el siguiente:

- Identificación de oportunidades
- Estudio de mercado
- Ingeniería del proyecto
- Localización y tamaño del proyecto
- Organización y estructura del proyecto
- Inversión y financiamiento
- Presupuestos de ingresos costos y gastos
- Estados financieros proyectados
- Evaluación del proyecto
- Glosario
- Bibliografía

4.1 Identificación de oportunidades

Las empresas se han ido edificando en función de oportunidades que ciertas personas han podido identificar y han sabido aprovechar en su momento; estas oportunidades se generan en función de problemas, que para darle solución se tiene que ofrecer un producto o un servicio, allí radica la capacidad de las personas, la visión para detectar estas oportunidades y materializarlas en negocios.

4.2 Estudio de mercado según los proyectos de inversión

Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo.

El estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Finalmente, el estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

El estudio de mercado deberá exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.

Para lograr lo anterior debemos tener en cuenta los siguientes puntos.

- Segmentación de mercados
- Demografía
- Geografía

- Psicografía
- Patrones de utilización del producto
- Categoría de clientes
- Segmentación por enfoque de nido
- Recopilación de información
- Universo y muestra
- Tamaño de la muestra
- Análisis de la demanda
- Tipos de demanda
- Variables que afectan el comportamiento del demanda

Todo estudio de mercado plantea una serie de interrogantes sobre aspectos básicos como son: ¿cuáles son sus objetivos?, ¿qué métodos utilizar?, ¿qué es el análisis de la oferta y la demanda?, ¿cuáles son los métodos de proyección de la oferta y demanda?, ¿cómo determinar el precio de un servicio?, ¿cómo presentar un estudio de mercado?

4.3 Ingeniería del proyecto

Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio, así tenemos:

- Tecnología

- Proveeduría,
- Abastos,
- Logística,
- Equipos,
- Herramientas,
- Capacitación y entrenamiento,
- Higiene,
- Seguridad y protección ambiental de instalaciones,
- Operaciones,
- Desechos y productos
- Procesos productivos
- Infraestructura
- Determinación de necesidades de insumos

4.4 Localización y tamaño del proyecto

Localización

Es necesario que el proyecto a realizar contemple un domicilio fiscal para la empresa, si es necesario indicarlo gráficamente (croquis). Esto le permitiría a la empresa que sus clientes puedan llegar a ella fácilmente a adquirir el producto que está ofreciendo. Además de que al cliente le da más confianza adquirir un producto en un lugar que tenga domicilio fiscal.

Tamaño del proyecto

En el mundo empresarial encontramos micro, pequeña, mediana y gran empresa. Entonces uno de los aspectos que se debe considerar es la

magnitud de nuestro proyecto ¿hacia donde va? Una micro, pequeña, mediana o gran empresa, todo ello va a depender del objetivo del productor y oferente de bienes y servicios así como de su capacidad de inversión.

4.5 Organización y estructura del proyecto

Para la organización y estructura del proyecto se tienen que tener en cuenta tres puntos importantes:

- **Formalización del negocio:** la formalización contempla los siguientes aspectos:
 1. Definición de la personería natural o jurídica, en caso de ser personería jurídica, establecer el tipo de sociedad.
 2. Establecer una razón social (nombre de la empresa).
 3. Realizar una serie de trámites administrativos en los registros públicos.
- **Organización:** Es en la que se definen la estructura funcional de la empresa y la función de cada persona relacionada con ella., así como la función de los procesos, cultura y tecnología, mecanismos de planeación y control, etc.
- **Áreas funcionales:** Dependiendo de la magnitud de la empresa es necesario

establecer áreas funcionales para un mejor desenvolvimiento de las personas que laboran dentro de ella (ventas, producción, contabilidad, sistemas de información, etc.)

4.6 Inversión y financiamiento

Inversión

La inversión son los recursos (sean estos materiales o financieros) necesarios para realizar el proyecto; por lo tanto cuando hablamos de la inversión en un proyecto, estamos refiriéndonos a la cuantificación monetaria de todos los recursos que van a permitir la realización del proyecto.

Cuando se determina la inversión necesaria para el proyecto se tiene que tener cuidado en lo siguiente: Subvaluación y Sobrevaloración. Estos dos términos se refiere a tener bien establecidos los recursos necesarios para dicha inversión, y no sólo los recursos, también los precios de nuestros productos, esto es que no sobre y que no falte.

En el proceso de determinar la inversión podemos clasificarla en:

- **Inversión fija:** Son aquellos recursos tangibles (terreno, muebles y enseres, maquinarias y equipos, etc.) y no

tangibles (gastos de estudios, patente, gastos de constitución, etc.), necesarios para la realización del proyecto

- **Capital de trabajo:** Son aquellos recursos que permiten que la empresa pueda iniciar sus actividades, entre lo que tenemos efectivo, insumos, etc.

Financiamiento

Consiste en las fuentes de financiamiento que se van a utilizar para conseguir los recursos que permitan financiar el proyecto; a través del financiamiento podremos establecer la estructura de financiamiento del proyecto, lo cual implica determinar el grado de participación de cada fuente de financiamiento. Entre las fuentes de financiamiento que se pueden utilizar para financiar un proyecto, pueden ser:

- **Fuentes Internas:** Es el uso de recursos propios o autogenerados, así tenemos: el aporte de socios, utilidades no distribuidas, incorporar a nuevos socios, etc.
- **Fuentes Externas:** Es el uso de recursos de terceros, es decir endeudamiento, así tenemos: préstamo bancario, crédito con proveedores, prestamistas, etc.

Costo del dinero.

Considerando que el dinero a lo largo del tiempo no mantiene el mismo valor (debido a la inflación), las instituciones financieras dedicadas al negocio del dinero, determinan un precio para el dinero, que es la tasa de interés, por tal motivo es conveniente tener en cuenta los siguientes conceptos:

- **Interés (I):** Beneficio que se saca del dinero prestado, expresado en este caso en pesos mexicanos. Lo que se gana por una inversión o el pago por el uso del dinero.
- **Tasa de Interés (i):** Beneficio que se saca del dinero prestado, expresado en porcentaje.
- **Tasa de Interés Simple o Nominal (IN):** Beneficio obtenido por un capital fijo, durante cierto tiempo.
- **Tasa de Interés Efectiva (TIE):** Es el resultado de dividir la tasa nominal entre los días del año y multiplicar el cociente por los días de la inversión.
- **Factores Financieros:** Son aquellos utilizados en las diversas operaciones del sistema financiero, entre los que tenemos:
 1. El Factor Simple de Capitalización (FSC)
 2. Factor Simple de Actualización (FSA)
 3. Factor de Recuperación de Capital (FRC)

Sistemas de pagos del servicio de la deuda

Las instituciones que accedes a préstamos en el sistema financiero, tienen que hacer pago del servicio de la deuda (el cual comprende amortización de la deuda más los intereses), existiendo una serie de mecanismos de pago, entre las que tenemos:

- Pago con Cuotas Fijas
- Pagos con Amortización Constante

4.7 Presupuesto de ingresos, costos y gastos

Su objetivo es la consideración del futuro, para que los planes trazados, permitan la obtención de la utilidad máxima, de acuerdo con las condiciones que se presenten.

- **Presupuesto de ingresos:** Es aquel presupuesto que permite proyectar los ingresos que la empresa va a generar en cierto periodo de tiempo. Para poder proyectar los ingresos de una empresa es necesario conocer las unidades a vender, el precio de los productos y la política de ventas (Son disposiciones que se fijan en cuanto a la forma de realizar los cobros de los productos vendidos, teniendo en cuenta que lo ideal es vender al contado,

pero como estrategia ante ventas bajas y el bajo poder adquisitivo de los agentes económicos, se procede vender al crédito) implementadas.

- **Presupuesto de costos:** En toda actividad productiva al ofrecer fabricar un producto o prestar un servicio se generan costos:
 1. costo de la mano de obra directa
 2. costo de insumos
 3. costo indirecto de fabricación (cif)

- **Presupuestos de gastos operativos:** Los gastos operativos son desembolsos monetarios relacionados con la parte administrativa de la empresa y la comercialización del producto o del servicio. Por tanto estos gastos operativos pueden ser:
 1. Gastos administrativos
 2. Gastos de ventas

4.8 Estados financieros proyectados

Los estados financieros son documentos de resultados, que proporcionan información para la toma de decisiones en salvaguarda de los intereses de la empresa, en tal sentido la precisión y la veracidad de la información que pueda

contener es importante. Entre los estados financieros tenemos:

- Estado de ganancias y pérdidas
- Flujo neto de caja

4.9 Evaluación del proyecto

La importancia de evaluar un proyecto radica en el hecho de establecer si el proyecto en mención primeramente es viable (si existen las condiciones comerciales, técnicas y de infraestructura para concretar el proyecto) y en segundo lugar para establecer si es rentable o no, si va a generar ganancias o pérdidas para quienes promuevan dicha inversión y no sólo para ellos, sino para la comunidad en general.

Capítulo

5

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

5.1 DEFINICIÓN DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Una investigación de mercado es el diseño sistemático, recolección, análisis y presentación de la información y descubrimientos relevantes acerca de una situación de mercadotecnia específica a la que se enfrenta la empresa.¹⁰

En el caso de las personas que pretendan establecer una empresa, la investigación de mercado debe ser previamente realizada para saber cuál es la ubicación más óptima para el establecimiento de la empresa, así como identificar claramente al cliente objetivo, establecer precios con respecto de la competencia y gastos, etc.

Este punto es mencionado en el manual como mera recomendación, pero con la importancia que requiere; ya que el manual sólo contiene los requisitos fiscales y de producción para las empresas.

¹⁰ kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pág. 130

En esta investigación, como se ha visto, se requiere de investigación de mercado, ya que está conducida a través de un diseño sistemático, en donde se recolecta, analiza e interpreta la información obtenida, así como la mención de los descubrimientos relevantes.

5.2 CARACTERÍSTICAS DE UNA BUENA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Se pueden señalar siete características de una buena investigación de mercado:

1. Método científico. La investigación de mercado efectiva utiliza los principios del método científico (observación cuidadosa, formulación de hipótesis, predicción y prueba).¹¹ Está de más mencionar que es la forma como se ha llevado hasta éste punto esta investigación; es decir, se detecta la problemática, se formula una hipótesis de la posible causa, se propone una posible solución y se formula otra

¹¹ kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pág. 141

hipótesis como posible resultado (predicción), y al final se prueba.

2. Creatividad de la investigación. En su mejor expresión, la mercadotecnia desarrolla formas innovadoras de solución de problemas.¹² En este caso además de la creatividad del manual, hay creatividad en la forma en que se presenta como dirigido a la clase media-baja, clase que por su condición cuenta con muy poca o nula ayuda para el establecimiento de sus negocios, incluyendo financiamiento, porque hay instituciones que sí les presta dinero pero cobrándoles una alta tasa de interés; con esto no se quiere decir que el manual los va a financiar, pero es un claro ejemplo de que no tienen ayuda. Otro punto que destaca la creatividad de la investigación, es que se ha descubierto que a la gente no le agrada decir que pertenece a la clase baja, por lo que el manual hace mención de la importancia de tener un manual como guía para el establecimiento de empresas, ya que la gente de hoy no tiene tiempo de estar perdiendo el tiempo en investigar a dónde

¹² kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pág. 142

ir, cómo funciona, etc., a causa de las múltiples actividades que nos invaden actualmente.

3. Métodos múltiples. Los investigadores de mercado se muestran evasivos ante el exceso de confianza en cualquier método y prefieren adaptar el método al problema que hacer lo contrario. También reconocen que es recomendable reunir información proveniente de diversas fuentes para obtener resultados más confiables.¹³ Como ya se ha mencionado con anterioridad, el manual no pretende ser el mejor ni la única opción a consultar, pero servirá como guía para que las personas no se encuentren tan fuera del tema. En esta investigación también se han utilizado distintas fuentes para corroborar otras y para complementar la información.
4. Interdependencia de modelos de información. Los investigadores de mercados aceptan que la interpretación de los hechos se deriva de los modelos del problema. Estos modelos son una guía para la información que se busca y; por

¹³ kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pág. 142

tanto, deben hacerse lo más explícitos que sea posible.¹⁴

5. Valor y costo de la información. A los investigadores de mercados les interesa estimar el valor de la información con relación a su costo. El valor/costo ayuda al departamento de investigación de mercados a determinar los proyectos de investigación que deben llevar a cabo, los diseños que deben utilizar y si debe recabarse mayor información después de los resultados iniciales. Los costos de la investigación son por lo regular fáciles de cuantificar, en tanto que es difícil anticipar su valor. Éste depende de la confiabilidad y validez de los resultados de la investigación y de la disposición de la administración a aceptarlos y a actuar con base en ellos.¹⁵ Esto, como se puede observar corresponde a empresas grandes que cuentan con un departamento de mercadotecnia. En el caso de esta investigación son personas de la clase media-baja que a penas cuentan con el

¹⁴ kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pág. 142

¹⁵ kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pág. 142

capital para iniciar un pequeño negocio; por lo que no cuentan con un departamento de mercadotecnia, sin embargo este punto puede servir para hacer una correcta distribución del capital así como lograr hacer un estimado de los gastos que requerirá toda la operación. En esta investigación se aplica este punto ya que se hace un estimado de los gastos que requiere cada viaje a provincia (viáticos), además de material para la recopilación de información etc.

6. Escepticismo saludable. Los investigadores de mercados mostrarán un escepticismo saludable ante supuestos poco realistas que hacen los administradores acerca de la forma en que funciona el mercado.¹⁶ Bueno, cabe mencionar que los administradores de ahora sabemos que no es suficiente con la mercadotecnia convencional, y que necesitamos de los investigadores de mercado para que una empresa funcione de mejor manera.
7. Mercadotecnia ética. Casi toda la investigación de mercados beneficia tanto

¹⁶ kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pág. 142

a la compañía que la auspicia como a sus consumidores. Mediante la investigación de mercados, las compañías conocen más acerca de las necesidades de los consumidores y están en posibilidad de proporcionarles productos y servicios más satisfactorios; sin embargo, el uso indebido de ella también puede perjudicar a los consumidores o generar disgusto entre ellos.¹⁷ Por ejemplo, hacerles preguntas de mal gusto que invadan su vida personal “¿Cuál es su ingreso?

5.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Los tipos de investigación de mercado se pueden clasificar en seis.

1. Investigación corporativa y de negocios/económica:

¹⁷ kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pág. 142

- Características y tendencias en la industria/en el mercado
- Estudios de adquisición y diversificación
- Análisis de porción de mercado
- Estudios internos de los empleados (moral, comunicación, etc.)

2. Precios:

- Análisis de costos
- Análisis de utilidades
- Elasticidad de precios
- Análisis de demanda:
 - a) Potencial de mercado
 - b) Potencial de ventas
 - c) Pronósticos de ventas
- Análisis de precios competitivos

3. Producto:

- Desarrollo y prueba de concepto
- Generación y prueba de nombre de marca
- Prueba de mercado
- Prueba de productos existentes
- Estudios de diseño de empaques
- Estudio de productos competitivos

4. Distribución:

- Estudio de ubicación de plantas/bodegas

- Estudios de funcionamiento de canales
- Estudios de cobertura de canales
- Estudios internacionales y de exportación (es obvio que en éste caso no aplica).

5. Promoción:

- Investigación de motivación
- Investigación de medios
- Investigación de textos publicitarios
- Efectividad de la publicidad
- Estudios de la publicidad de la competencia
- Estudios de imagen pública
- Estudios de compensación de la fuerza de ventas
- Estudios de cuota de la fuerza de ventas
- Estructura del territorio de la fuerza de ventas
- Estudios de premios, cupones, tratos, etc.

6. Conducta de compra:

- Preferencia de marcas
- Actitudes en cuanto a marcas
- Satisfacción respecto al producto
- Comportamiento de compra

- Intenciones de compra
- Conciencia de marca
- Estudios de segmentación

5.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO EN EVOLUCIÓN

Los investigadores de mercados han ampliado sus actividades y técnicas en forma ininterrumpida. Dentro de estas actividades se encuentran las 36 mencionadas en el punto anterior (tipos de investigación de mercado).

Las cinco actividades que más realizan las empresas son las siguientes:

Actividad	Porcentaje de empresas que realizan la actividad.
Características y tendencias en la industria/en el mercado.	83
Análisis de porción de mercado	79
Análisis de demanda (potencial de mercado)	74
Análisis de demanda (potencial de ventas)	69
Satisfacción respecto al producto	68

Estos estudios se han beneficiado por técnicas cada vez más complejas. Muchas de ellas, como la formulación de cuestionarios y el muestreo por áreas, comenzaron pronto y fueron utilizadas rápida y ampliamente por los investigadores de mercados. Otras, como la investigación motivacional y los métodos matemáticos, llegaron con dificultad, con prolongados y acalorados debates sobre su utilidad práctica, pero éstas también se establecieron en el cuerpo de la metodología de la investigación de mercados.¹⁸

5.5 PROCESOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La investigación de mercados efectiva implica los cinco pasos siguientes:

- 1. Definición del problema e investigación de los objetivos.** El primer paso en la investigación es definir el problema cuidadosamente así como los objetivos. Bien dicen que “Un problema bien definido es un

¹⁸ kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pág. 131

problema casi resuelto”. Se debe mediar entre una definición muy amplia del problema y una demasiado estrecha. Es decir, se debe ser específicos con el planteamiento del problema para evitar abarcar asuntos innecesarios para dar solución a dicho problema.

2. Desarrollo del plan de investigación. La segunda etapa de la investigación de mercados requiere el desarrollo del más eficiente plan para reunir la información necesaria. Se debe conocer el costo del plan de investigación antes de aprobarlo. El diseño del plan de investigación requiere decisiones sobre las fuentes de información, métodos de investigación, instrumentos de investigación, plan de muestreo y métodos de contacto.¹⁹

- Fuentes de información. El plan de investigación puede exigir que se recabe información secundaria, información primaria, o ambas. La información secundaria consiste en información que ya existe en alguna parte y que fue recopilada con otro propósito. La información

¹⁹ kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pág. 133

primaria, consiste en información original que se recaba para el propósito específico de que se trata.

- *Información secundaria.* En general, los investigadores inician su labor examinando la información secundaria para determinar si su problema puede ser resuelto totalmente o en parte, sin necesidad de reunir información primaria costosa.²⁰ En este caso, se investigó previamente en publicaciones gubernamentales, publicaciones periódicas, libros y datos comerciales; no se obtuvo gran información por lo que se requirió forzosamente de la información primaria, a través de entrevistas a personas que habían establecido una empresa de cualquier giro en los Estados del centro del país.
- *Información primaria.* La mayor parte de los proyectos de investigación de mercados requiere de recopilar alguna información primaria. El procedimiento normal

²⁰ kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pág. 133

consiste en entrevistar a varias personas, individualmente o bien en grupos, para tener una idea preliminar del sentir de la gente acerca de la situación en investigación, en este caso, la inversión de dinero, tiempo y esfuerzo. En ocasiones la entrevista es individual y otras en grupos ya que algunas personas están en sociedad y otras son inversionistas únicos.

- Métodos de investigación. La información primaria puede recopilarse de cuatro maneras generales:
 - *Investigación por medio de la observación.* Se puede obtener mediante la observación de los actores relevantes y los distintos ámbitos.
 - *Investigación centrada en grupos.* Una sesión de grupo consiste en reunir entre seis y diez personas que pasan de una a varias horas con un moderador hábil para comentar un producto, servicio, organización u otra entidad de mercadotecnia. El moderador tiene que ser objetivo, conocer el tema, así como las dinámicas de grupo y conducta de las personas entrevistadas.

Se suele obsequiar a los participantes un pequeño regalo por su asistencia, la reunión casi siempre se lleva a cabo en lugares agradables, por ejemplo en una casa, y se ofrecen refrigerios para hacer más informal el ambiente.²¹

- *Estudio de investigación.* Se coloca entre la investigación mediante la observación y la investigación mediante sesiones de grupos, por un lado, y la investigación experimental, por otro. En términos generales, la observación y las sesiones de grupo es lo más adecuado para la investigación exploratoria. Los estudios son mejores para la investigación descriptiva y los experimentos para la investigación causal. Se llevan a cabo encuestas para enterarse de qué carece la gente, sus creencias, sus preferencias, sus satisfacciones y demás, y para medir su magnitud entre la población.²² Para esta investigación, éste es el método utilizado.

²¹ kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pág. 135

²² IDEM

- *Investigación experimental.* La investigación con mayor valor científico es la experimental; ésta requiere seleccionar grupos de temas acordes, los cuales se sujetan a diferentes tratamientos, control de las variables externas y la verificación de las diferentes respuestas que se observan para saber si son estadísticamente importantes. En la medida en que se controlen o eliminen los factores externos, los efectos observados pueden relacionarse con las variaciones en los tratamientos. El propósito de la investigación experimental es captar las relaciones causa-efecto mediante la eliminación de explicaciones que entran en competencia con los resultados observados.²³

- Instrumentos de investigación. Los investigadores de mercados pueden elegir entre dos instrumentos principales de

²³ Kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pág. 136

investigación para recabar información primaria:

- *Cuestionarios.* Es, por mucho, el instrumento más común para recopilar información primaria y, en términos generales, consiste en una serie de preguntas que se presenta a una persona para que dé sus respuestas. El cuestionario es muy flexible en cuanto a que existen diversas maneras de formular las preguntas. Deben desarrollarse cuidadosamente, probarse y depurarse antes de aplicarse en gran escala. Es común apreciar varios errores en un cuestionario preparado con descuido.

Al preparar un cuestionario, el investigador elige las preguntas y su forma, redacción y secuencia.

Un error común en las preguntas formuladas, es que se incluyen algunas que no pueden, no serían o no necesitan ser respondidas y se omiten algunas que deberían ser contestadas.

Cada pregunta debe verificarse para determinar si contribuye a los objetivos de la investigación. Las preguntas meramente interesantes deben eliminarse porque alargan el tiempo requerido y

ponen a prueba la paciencia del interrogado.

El planteamiento de la pregunta puede influir en la respuesta. Debe hacerse una distinción entre preguntas cerradas y preguntas abiertas. Las preguntas cerradas predeterminan todas las posibles respuestas y el interrogado elige entre ellas. Las preguntas abiertas permiten a los interrogados responder con sus propias palabras y adoptan varias formas. Por lo general, las preguntas abiertas son más reveladoras porque e los interrogantes no están limitados en sus respuestas. Son en especial útiles en la etapa exploratoria de la investigación, cuando el investigador busca penetrar en el pensamiento de la gente, más que medir cuanta gente piensa de una forma determinada. Por otra parte, las preguntas cerradas proporcionan respuestas más fáciles de interpretar y de tabular.

Debe tenerse cuidado con la redacción de las preguntas. El investigador debe usar un texto sencillo, directo y neutral.

Las preguntas deben probarse con una muestra de interrogados antes de incluirlas finalmente.²⁴ Cosa que se hizo en esta investigación con los cuestionarios aplicados a los contadores públicos de la empresas visitadas; estos se probaron con personas conocidas que eran familiares al tema de la contabilidad.

También debe cuidarse la secuencia de las preguntas, de ser posible, la primera pregunta debe generar interés. Las preguntas difíciles o personales deben hacerse hacia el final de la entrevista, de manera que los interrogados no se pongan a la defensiva. Las preguntas deben aparecer en orden lógico. Los datos de clasificación del interrogado se ponen al final porque son más personales y menos interesantes de responder.

- *Aparatos mecánicos.* Los aparatos mecánicos se utilizan cada vez con menos frecuencia en la investigación

²⁴ kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pág. 137

de mercado. Los galvanómetros se usan para medir el interés de un tema o las emociones de un sujeto, que surgen ante la exposición a un anuncio o imagen determinados. El taquistoscopio es un aparato que le proyecta un anuncio a un sujeto, con intervalos de exposición que pueden ir de menos de una centésima de segundo a varios segundos. Después de cada exposición el interrogado describe lo que le recuerda. Las cámaras se utilizan para estudiar los movimientos de los ojos de los interrogados y ver donde posan primero la mirada, cuánto tiempo se detiene en un punto determinado y demás. El audiómetro es un aparato electrónico que se acopla a los televisores de los hogares participantes, para registrar cuándo se prende y apaga el televisor y qué canales se sintonizan.²⁵ Es obvio que en esta investigación no se utiliza ninguno de estos aparatos, en primera porque no son necesarios, y en segunda porque no se cuenta con los medios

²⁵ kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pág. 137

necesarios para implementar dichos aparatos.

- Plan de muestreo. El investigador de mercado debe diseñar un plan de muestreo que requiere de tres decisiones.
 - *Unidad de muestreo.* Esto responde a quién va a ser estudiado; es decir, las personas de la población 2 (P2) que representan a las personas que van a establecer una empresa con ayuda del manual. Esto es, la población objetivo que será muestreada.
 - *Tamaño de la muestra.* Esto responde a cuánta gente debe ser estudiada. Las grandes muestras proporcionan resultados más confiables que las pequeñas. Sin embargo no es necesario muestrear a todo el grupo meta o una porción importante para lograr resultados confiables. Las pruebas menores de 1% de una población suelen proporcionar buena confiabilidad, si el procedimiento es digno de crédito.²⁶ En este caso, la

²⁶ kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pág. 137

muestra representa el 25% de la población total en estudio.

- *Procedimiento del muestreo.* Esto responde a cómo deben elegirse los interrogados. Para obtener una muestra representativa debe trazarse una muestra de probabilidad de la población. Los muestreos de probabilidad permiten calcular los límites de confianza por error de muestreo. Existen tres tipos de muestras de probabilidad:

1. *Muestra aleatoria simple.* Cada miembro de la población tiene una probabilidad de selección conocida e igual.

2. *Muestra aleatoria estratificada.* La población se divide en grupos mutuamente excluyentes (como grupos por edad), y se obtienen muestras aleatorias de cada grupo.²⁷ Este es el tipo de muestra que se utiliza para esta investigación. Como se mencionó con anterioridad, de los 16 giros empresariales se elige

²⁷ kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pág. 140

aleatoriamente con ayuda de tarjetas numeradas, 1 de cada uno de los giros, por lo que resultan 16 integrantes de la muestra; es decir, el 25% de la población total que es de 64 empresas (4 por giro empresarial).

3. *Muestra por zona.* Se divide la población en grupos mutuamente excluyentes (por ejemplo por cuadras), y el investigador obtiene una muestra de los grupos a entrevistar.

- Métodos de contacto. Esto responde a cómo debe establecerse el contacto con el sujeto. Las alternativas son:

1. *El cuestionario postal.* Es la mejor forma de llegar a individuos que no conceden entrevistas personales o cuyas respuestas podrían ser esquivadas o distorsionadas por los entrevistadores. No obstante, por otra parte, los cuestionarios postales requieren preguntas sencillas y redactadas con claridad, y su índice de respuesta es, casi siempre, bajo, lento o ambos.

2. *La entrevista telefónica.* Es el mejor método para recabar información rápidamente; es posible para el entrevistado aclarar las preguntas que no comprendió. El índice de respuestas

suele ser más alto que en el caso de cuestionarios que se envían por correo. Las dos desventajas principales son que sólo puede entrevistarse a gente que tenga teléfono y que las entrevistas deban ser cortas y no demasiado personales.

3. *La entrevista personal.* Es el más versátil de los tres métodos. El investigador puede hacer más preguntas y registrar observaciones adicionales del interrogado, como vestido y ademanes. La entrevista personal es el método más costoso y requiere de más planeación. También es susceptible de ser distorsionado por el entrevistador. La entrevista personal tiene dos formas:

- *Entrevistas concertadas.* Los interrogados se seleccionan al azar y se les solicita, ya sea por teléfono o en sus hogares u oficinas una entrevista. Con frecuencia se les ofrece una pequeña retribución o incentivo por el tiempo que conceden.²⁸ Este es el método de contacto utilizado en esta

²⁸ kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pág. 138

investigación y con éste tipo de entrevista.

- *Entrevistas por interceptación.* Se hacen deteniendo a la gente en un centro comercial o en la esquina de una calle muy concurrida, solicitándole una entrevista. Este tipo de entrevista tiene la desventaja de ser una muestra improbable y que su duración sea muy corta.

3. Recolección de la información. Ésta suele ser la fase más costosa y la más propensa a errores. Los métodos de recolección de información han cambiado y se han mejorado con rapidez como consecuencia del desarrollo de las computadoras y telecomunicaciones modernas.²⁹ En este caso no aplica ya que la recolección de información se hace a través de contacto por teléfono para hacer una cita para realizar una entrevista personal y con la ayuda de una grabadora de microcassette se recolecta la información.

4. Análisis de la información. El siguiente paso en el proceso de la investigación de mercados, es la extracción de los resultados pertinentes

²⁹ kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pág. 140

de la información. Se tabula la información y se desarrolla distribuciones de una y dos frecuencias. Los promedios y medidas de dispersión se calculan para obtener las variables más importantes. En la investigación de mercado se aplica también algunas de las técnicas estadísticas más avanzadas y de los modelos de decisión en el sistema de mercadotecnia analítica, para descubrir resultados adicionales. Dentro de dichas técnicas estadísticas se pueden encontrar, regresión múltiple, análisis de discriminantes, análisis de factores, análisis de acumulación, análisis conjunto, escala multidimensional. También los siguientes modelos de decisión, modelos de proceso de Harkov, modelo de colas, modelos de pruebas preliminares de productos nuevos, modelos de respuesta-ventas.³⁰

5. **Presentación de resultados.** Se deben presentar los principales resultados, que sean relevantes para las decisiones importantes de mercadotecnia. El estudio es útil cuando reduce la incertidumbre respecto a que el movimiento que debe hacerse sea el correcto.

³⁰ kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pág. 147

Por supuesto, estos resultados pueden presentar errores de muestreo y quizá se opte por estudiar más el asunto.

5.6 ASPECTOS PARTICULARES EN EL USO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Dos de los problemas políticos y éticos que presenta la investigación de mercados son la intrusión del consumidor y el mal uso de los hallazgos de la investigación.

Intrusión en la privacidad del consumidor.

La mayoría de los consumidores tiene una actitud positiva acerca del propósito de la investigación de mercados y, algunos, más bien disfrutan al ser entrevistados. Sin embargo, otros lo resienten intensamente, e incluso desconfían de la investigación de mercados. Unos cuantos consumidores temen que los investigadores utilicen técnicas complejas para sondear sus sentimientos más profundos, y luego utilizar estos conocimientos para manipular su compra. Algunos otros ya han pasado por “encuestas de investigación” que en realidad resultaron ser intentos de venderles algo. Otros consumidores confunden los legítimos estudios de investigación de

mercados con actividades de ventas por televisión o desarrollo de base de datos y dicen “no” antes que el investigador pueda comenzar...³¹

Mal uso de hallazgos de la investigación

Los estudios de investigación pueden ser una poderosa herramienta de persuasión: se suelen utilizar los resultados de los estudios como afirmaciones para su publicidad y promoción. Sin embargo, actualmente muchos estudios de investigación parecen ser poco más que vehículos para matizar los productos del patrocinador. De hecho, en algunos casos, las encuestas de investigación parecen estar diseñadas para producir sutilmente el efecto que se pretende...³²

Con lo anterior, se quiere hacer énfasis en que con ésta investigación no se manipula la mente del usuario del manual para obtener las respuestas deseadas, ni se hace mal uso de la información que han proporcionado las personas entrevistadas.

³¹ kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pág. 144

³² kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pág. 144

5.7 USO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO EN LA ADMINISTRACIÓN

A pesar del rápido crecimiento de la investigación de mercados, muchas empresas todavía no la usan en forma suficiente o correcta. Existen varios factores que impiden su mayor utilización:

- *Una concepción estrecha de la investigación de mercados.* Muchos ejecutivos ven la investigación de mercados sólo como una operación para encontrar hechos. Asunto que ha estado cambiando con el paso del tiempo, los administradores nos hemos hecho concientes de la importancia de la mercadotecnia y con ésta de la investigación de mercados, por lo que en ésta investigación es un punto muy importante ya que aunque no se cuenta con los medios necesarios para realizar una investigación de mercados, se pretende a futuro estudiar a la gente que utiliza el manual para analizar más a profundidad los resultados obtenidos y poder observar qué hace falta o qué está de más, etc.
- *Calidad dispareja de los investigadores de mercados.* Algunos directivos consideran la investigación de mercados como algo mejor que la actividad de oficina y la retribuyen como tal. Contratan investigadores poco capaces y su raquítica capacitación y

deficiente creatividad conducen a la obtención de resultados poco significativos...³³

- *Resultados tardíos y ocasionalmente erróneos en investigación de mercados....* No hace falta hacer mención del contenido de éste punto, sólo se mencionan para resaltar que los administradores hemos cambiado nuestra forma de pensar y creemos que debemos utilizar diferentes herramientas para el buen funcionamiento de una empresa
- *Diferencias intelectuales.... Ídem*

³³ kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pág. 143

ANEXO

Manual de “Reglas para el
establecimiento de empresas”

MANUAL BÁSICO
DE REGLAS PARA EL
ESTABLECIMIENTO DE EMPRESAS

PRESENTACIÓN

A lo largo de los años la actividad comercial se ha convertido en un elemento clave de servicio a la sociedad y en un sector estratégico para participar competitivamente primero en el mercado nacional para posteriormente ser competitivos a nivel internacional.

En vista de la gran problemática que causa el establecimiento de una empresa independientemente del giro al que pertenezca, se crea el presente manual como guía para hacer este trabajo más fácil.

Además de que cabe mencionar que en la actualidad, las personas somos presas de las actividades cotidianas que día a día se incrementan más y no contamos con el tiempo necesario para investigar a dónde debemos acudir a realizar cada trámite que dicha actividad requiere, por lo que al no contar con este tipo de instrumentos, el tiempo, dinero y esfuerzo invertidos son más que los que necesita el proceso.

Se espera que sea de gran ayuda.

Al final de éste documento se agregan correos electrónicos para que usted pueda hacernos saber sus dudas, sugerencias y comentarios. Así mismo usted puede participar en el siguiente manual, como ejemplo para otras personas contactándonos para fijar una cita para entrevista.

COLABORACIONES

C.P. Jorge Ochoa Rionda
C.P. Rogelio García Díaz
Lic. Noe Reyes Salinas
Lic. Salvador Malanco Peña
Arq. José Luis Echevarria .
Sr. Conrado Castañeda González
Sr. Roberto Cruz Sandoval
Sr. José Luis Sánchez Becerra
Sr. Tomas Iturbide
Lic. Felipe Sosa Nieves
Braulio Gallardo Salazar
José Antonio López Albarrán
Lic Jorge Losada Martínez
Sr. Ricardo Méndez
Sra. Patricia Azuayo Huerta

INTRODUCCIÓN AL MANUAL

Se ha diseñado este MANUAL BASICO DE REGLAS PARA EL ESTABLECIMIENTO DE EMPRESAS, en el que se exponen el marco jurídico que se debe cumplir cada vez que se quiera iniciar una empresa (pequeña o mediana).

En este manual encontrará una orientación para tramitar adecuadamente el marco jurídico en la apertura de alguna empresa (pequeña o mediana). Así como incluimos ejemplos de procesos productivos de algunas empresas que colaboraron en la realización de dicho manual.

Se ha integrado una descripción de cada uno de los requisitos a cubrir en lo que se refiere al marco jurídico, así como unos ejemplos que pueden ayudar a la mejor comprensión para hacer algunos pagos, también las dependencias que se deben visitar para obtener permisos, verificaciones y demás documentación que es necesario para la apertura de las empresas.

En la primera parte se encuentra el directorio donde puede consultar las páginas Web de algunas dependencias de gobierno (no todas las dependencias están dadas de alta en la red, esto es, por que pueden estar sólo en el área local); así mismo encontrará un listado de las diferentes personas que colaboraron para la realización de este manual.

Posteriormente, en el capítulo denominado marco jurídico básico, se describe cuales son los

requisitos primordiales para dar de alta la empresa, así como las diferentes dependencias gubernamentales a las que se debe acudir.

Para saber si la ubicación en donde se encuentra nuestra empresa es la correcta es necesario visitar dos dependencias, desarrollo urbano y desarrollo económico (puede variar si se encuentra en la delegación de la demarcación o el municipio de la entidad), aquí nos informarán si la ubicación de la empresa se encuentra dentro de lo establecido por cada delegación o municipio correspondiente.

Existen organismos que regulan todas las empresas y/o negocios en la republica mexicana, los cuales explicamos a que se refiere cada uno, por ejemplo, cámara de comercio, este organismo se encarga de registrar todas las empresas que se encuentran en el territorio nacional, además de otras funciones.

Cada giro empresarial tiene una ubicación específica, la cual se ve reflejada en la cámara correspondiente; por ejemplo, confección y diseño de prendas pertenece a la cámara de la industria y la transformación.

Se incluye también algunos procesos productivos de diferente giro empresarial.

Es importante que se tome en cuenta que, los requisitos que aquí se presentan son elementos importantes para tener en regla nuestra empresa,

y no tener contratiempos para tener la documentación que marca la ley.

DIRECTORIO

Lista de páginas Web para obtener información:

- www.inbursa.com.mx/:
- www.inegi.gob.mx
- www.ccmexico.com.mx
- www.condusef.gob.mx: Para información acerca del Sar (Sistema de Ahorro para el Retiro)
- www.conexionejecutiva.com/: CANACO
Cámara Nacional de Comercio.
Dirección: Paseo de la Reforma No. 42,
México, Distrito Federal, Tel. 55/592-
2665
- www.cofemer.gob.mx: Comisión Federal de Mejora Regulatoria.
- www.shcp.gob.mx: Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Ofrece información económica, asistencia al contribuyente, noticias y comunicados de prensa.
- www.profeco.gob.mx: Procuraduría Federal del Consumidor
- www.siem.gob.mx: Sistema de Información Empresarial Mexicano
- <http://serpiente.dgsca.unam.mx/cesem>: Aquí podrá encontrar un índice de las

leyes orgánicas municipales de todos los Estados de la República mexicana.

- www.proteccioncivil.gob.mx: SEGOB Secretaría de gobernación.
- www.ine.gob.mx: Instituto Nacional de Ecología
- www.semarnat.gob.mx: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) Estructura interna, participación ciudadana, programas y proyectos, emergencias ambientales, eventos, normativa, estadísticas, contaminantes, ...
- www.proteccioncivil.gob.mx: Ley de protección civil para el Distrito Federal.
- www.e-morelos.gob.mx/e-gobierno: Ley de protección civil de Estado de Morelos.
- www.guadalajara.gob.mx/reglamentos/: Ley de protección civil de Estado de Guadalajara.
- www.uruapan.gob.mx/laip/pdf: Ley de protección civil para el Estado de Michoacán.

- www.proteccioncivil.gob.mx: Ley de protección civil para el Estado de México, Querétaro, Puebla.
- <http://www.itson.mx/diep/Maestrias/misp/>
Pagina que se puede consultar para sugerencias de cómo lograr mejoras en sus empresas. Además de mantenimiento preventivo.
- <http://www.pymes.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=9&g=6>
Para mejorar su negocio

ÍNDICE

Presentación

Colaboraciones

Introducción al manual

Directorio

1. Marco Jurídico básico

- 1.1 Registro ante SHCP
- 1.2 Trámites en delegación o municipio
 - 1.2.1 Uso de suelo (desarrollo urbano)
 - 1.2.2 Licencia de funcionamiento
 - 1.2.3 Programa de protección civil y ecología

2. Cámara Nacional de Comercio (CANACO) y Cámara para cada giro empresarial

3. SIEM

4. Propuestas de páginas Web en donde podrá encontrar distintos métodos de los procesos productivos de algunas empresas

- 4.1 Purificadora de agua

- 4.2 Confección y diseño de prendas
 - 4.3 Granja acuícola
 - 4.4 Prestadores de servicios
 - 4.5 Invernadero
 - 4.5.1 Producción de hongo (oreja, champiñón, seta y otras variedades)
 - 4.5.2 Producción de jitomate
 - 4.6 Rastro TIF y carnicerías
- 5. Sección para anotaciones y/o comentarios**

1. MARCO JURÍDICO BÁSICO

El aspecto fiscal y marco jurídico son de suma importancia por que para efectos legales e implementación de todos los requisitos inherentes, es prácticamente el primer paso.

Éstas se encuentran regidas por la ley fiscal, reglamentos y decretos que compete al gobierno federal y estatal.

1.1 SECRETARIA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO (SHCP)

El primer paso es registrarse ante SHCP, en el registro federal de contribuyentes (RFC). Aquí es donde se expide la cédula fiscal y la tarjeta tributaria (utilizada para hacer los pagos de impuestos correspondientes).

REGISTRO FEDERAL DECONTRIBUYENTES (RFC)

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

Se sugiere que conjuntamente con la inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes, solicite la Cedula de Identificación Fiscal, que le será de utilidad para poder mandar hacer las facturas que le otorgará en el desarrollo de su actividad.

Debe destacarse que las obligaciones fiscales de las personas físicas o morales, no se agotan con su inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes, y la obtención de la Cedula de Identificación Fiscal, sino que deben realizar sus Declaraciones de Impuestos e Informativas, de conformidad al régimen que tributarán.

Según la actividad que se va a desempeñar es conforme se va a registrar. Existen varias actividades empresariales:

- Honorarios: Son las personas que perciben sus ingresos sin un sueldo fijo. Ejemplo: Prestador de servicios, como es el caso del Contador público.

El tratamiento fiscal para estas operaciones es el siguiente:

- Arrendador: Son las personas que se dedican a rentar inmuebles, como departamentos, casas, locales, oficinas, etc. Dicha operación debe ser considerada como una venta condicionada por el arrendador, quien podrá usar el método de enajenación a plazo para efectos fiscales.

Los activos no serán sujetos de depreciación.

- Arrendatario: El valor de la propiedad y el monto de los intereses indicados en el contrato, deberán ser considerados para efectos de depreciación y deducción de intereses, respectivamente.

Esta elección va a depender del giro de la empresa

Por ejemplo; en el caso del Sr. Roberto Cruz, utilizó el formato R1 con su anexo correspondiente de conformidad con el tipo de actividad, según el régimen fiscal.

Requisitos que debe cumplir la persona a la cual va a quedar a su nombre:

- Acta de nacimiento(original ó copia certificada)
- Comprobante de domicilio (donde actualmente se encentra viviendo, puede ser, recibo de teléfono, recibo de luz ó contrato de arrendamiento dado de alta en hacienda, no mayor a tres meses de haber sido expedido)
- Identificación oficial (IFE, cédula profesional, pasaporte; la cartilla del servicio militar sólo es válida con tres años de haberse expedido)

TRABAJADORES O EMPLEADOS

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

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

INSCRIPCIÓN EN EL PADRÓN DEL IMPUESTO SOBRE NOMINAS

Es la solicitud que se presenta a la Secretaría de Finanzas de la entidad Federativa, por medio del cual pide su inscripción en el padrón de contribuyentes de dicha autoridad, por realizar erogaciones en dinero o en especie por concepto de remuneración al trabajo personal subordinado, independientemente de la designación que se les dé.

Para determinar este impuesto se debe aplicar la tasa del 2% sobre el monto total de las erogaciones realizadas por concepto de remuneraciones al trabajo personal subordinado.

1.2 TRAMITES EN DELEGACIÓN O MUNICIPIO

Dependiendo de la ubicación de la empresa es donde se van a llevar a cabo los siguientes trámites; en el caso del Distrito Federal se harán las gestiones en la delegación política correspondiente; para el resto del país se hacen en la cabecera municipal ó Presidencia municipal correspondiente.

AVISO DE MANIFESTACIÓN ESTADÍSTICA

Es la información que se proporciona al Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) relacionada con la actividad propia del negocio, sin que ello tenga efectos fiscales. Dicha manifestación se efectuará al iniciar operaciones y posteriormente dentro del mes de Enero de cada año.

LICENCIA SANITARIA

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

AVISO DE FUNCIONAMIENTO

Los establecimientos que no requieren de Licencia Sanitaria deberán presentar un Aviso de Funcionamiento el cual consiste en la comunicación que debe efectuar el propietario o representante legal del negocio a la Secretaría de Salud de que ha iniciado operaciones el establecimiento, con el objeto de que se le registre, quedando sujeto a la vigilancia de la autoridad citada.

LICENCIA DE ANUNCIO

Es la autorización expedida por la Delegación o Cabecera Municipal correspondiente para la fijación, instalación, colocación, ampliación o modificación de anuncios permanentes.

VISTO BUENO DE SEGURIDAD Y OPERACIÓN

Es la responsiva expedida por un Director Responsable de Obra, por medio del cual hace constar que el establecimiento comercial en cuanto a su edificación e instalaciones, reúne las condiciones necesarias de seguridad para su operación y funcionamiento.

En las Delegaciones del Distrito Federal cuentan con un listado de Directores Responsables de Obra autorizados.

1.2.1 USO DE SUELO

Este un requisito indispensable para obtener la documentación precedente.

Aquí existen dos modalidades:

- Licencia de uso de suelo para construcciones menores, que se expide en el departamento de desarrollo urbano, en la delegación o cabecera municipal correspondiente.

- Licencia de uso de suelo de impacto (impacto regional). En este caso aplica para empresas con una construcción grande (gasolineras, gaseras, centros comerciales, etc.). Este documento debe tener tres dictámenes aprobatorios; Ecología, Protección Civil e Incorporación vial; que a su vez se solicita la cédula de zonificación (clasificación que permite el uso industrial).

Nota: Primero se tramita en la delegación o cabecera municipal correspondiente, para después dirigirse al Gobierno de la entidad federativa, en el área de desarrollo urbano.

Los requisitos para obtener la licencia de uso de suelo para construcciones menores son los siguientes:

- Solicitud de licencia de suelo que no genere impacto regional
- Copia de escrituras
- Copia del último pago predial
- Identificación del propietario o representante legal (IFE; cédula profesional, pasaporte)
- Para construcciones de 60m^2 o menos se presenta un plano arquitectónico certificado, en caso de no contar con este requisito se otorga la opción de presentar un croquis autorizado por un perito calificador (está opción se solicita en la oficina de desarrollo urbano local o en la delegación correspondiente)
- Para construcciones de más de 60m^2 son necesarios los siguientes requisitos:
 1. Planos arquitectónicos
 2. Planos hidráulicos
 3. Planos de instalación eléctrica
 4. Planos de estructura de cimentación
 5. Planos de servicio sanitario y drenaje.
 6. Memoria de cálculo

Estos planos deben contener los siguientes requerimientos; firma del arquitecto acompañado de la cédula profesional, firma del perito calificador y firma del

perito responsable de la construcción (gobierno del Estado o Distrito Federal). No hay que olvidar que estos requisitos se cubren al solicitar una licencia de construcción que debe ser solicitada por el dueño.

En caso de ser arrendatario son los mismos requisitos excepto en las escrituras; por que aquí solo se presenta el contrato de arrendamiento dado de alta en SHCP.

El tiempo aproximado de este trámite es de 8 días hábiles.

1.2.2 LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

Este trámite es necesario para obtener los permisos de programa de protección civil, licencia de anuncio, etc.

Es el acto administrativo que emite la Delegación o Municipio, por medio del cual autoriza a una persona a realizar en un establecimiento mercantil la actividad solicitada y que requiere para su funcionamiento de licencia correspondiente conforme a la Ley para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles de la Entidad Federativa correspondiente.

En el caso del Distrito Federal se hace en la delegación política correspondiente, para el resto

del país se tramita en la cabecera municipal a que pertenece.

Requisitos:

- Alta de SHCP
- Identificación oficial

DECLARACIÓN DE APERTURA

Es la manifestación que deben hacer las personas físicas o morales ante la Delegación o Cabecera Municipal al domicilio del negocio que se encuentra bajo su jurisdicción territorial, con motivo del inicio de actividades que no requieren de Licencia de Funcionamiento, mediante el formato de aviso correspondiente.

Podrán operar en forma inmediata, siempre y cuando cuenten con el documento que acredite el legal uso del suelo para las actividades que pretendan llevar a cabo.

1.2.3 PROGRAMA DE PROTECCIÓN CIVIL

Es el instrumento de planeación que deben tener en los establecimientos, por medio del cual se definen las acciones destinadas a la salvaguarda de la integridad física de los empleados y de las personas que concurran a dichos lugares, así

como de proteger las instalaciones, bienes e información vital ante la concurrencia de un riesgo, emergencia, siniestro o desastre.

Los establecimientos considerados de bajo riesgo sólo deberán:

1. Contar con extintores tipo ABC de 4.5 o 6 kilogramos, verificar que estén vigentes y darles mantenimiento.
2. Colocar en el inmueble instructivos oficiales de conductas a seguir en caso de sismo o incendio, en lugares visibles y de alto tránsito de personas, tales como accesos, estancias y pasillos de circulación, así mismo deberá señalar las zonas de seguridad.
3. Dar mantenimiento a las instalaciones eléctricas, hidráulicas y de gas una vez al año.

Anteriormente era necesario tramitar el permiso de bomberos, en la actualidad ya está incluido en este trámite.

Dependiendo el giro empresarial es la supervisión que se realizará, en algunos casos se pide la intervención de un perito certificado.

Este trámite se realiza anualmente tanto en el Distrito Federal como en el resto del país. En el directorio que se presenta al inicio del manual, usted podrá consultar la página Web que corresponda a su entidad federativa.

En el caso del Sr. José Luis Sánchez Becerra necesita el visto bueno de: líneas de alimentación de gas pintadas de un color específico, las líneas de alimentación de energía eléctrica que se encuentren entubadas, señalamientos de rutas de evacuación, señalamientos en caso de incendio y sismo, extinguidores en funcionamiento (esto es con la fecha de caducidad dentro del margen), señalamientos donde indique fuentes de alta tensión, mantener el área de trabajo lo más limpia posible, que el personal labore en condiciones seguras, marcación de áreas de trabajo, verifica las descargas de agua residuales, entre otras.

En este mismo ejemplo; como el almacenamiento de combustible se hace por medio de tanques con una capacidad de 3,500 ó 5000lts, que tienen un costo de \$28,000 a \$35,000, y tienen una vida útil de 10 años, son revisados después que termine su tiempo de vida; donde tienen una opción de verificación de desgaste, esto se hace para verificar si tienen aún tiempo de utilidad, esta inspección se hace por medio de ultrasonido que puede tener un costo de \$3,000 a \$4,000. Esta verificación lo hace un perito certificado y es quién determina si todavía tienen un tiempo de vida útil. Así mismo este certificado es verificado por protección civil.

ECOLOGÍA

Dependiendo el giro empresarial para obtener este permiso aplica o no.

Este trámite es anual; y lo que se supervisa dependerá de las actividades que se realicen en la empresa.

En el caso del Sr. José Luis Sánchez lo que se revisa cada año son los siguientes puntos:

Decibeles de ruido generados, esto es, la cantidad de ruido generado por la maquinaria que se utiliza y la unidad para hacer esta medición son los decibeles.

Dos tipos de análisis atmosféricos y de aguas residuales (para realizar estos análisis es necesario contratar un laboratorio que este certificado por ecología).

Que el uso de suelo corresponda al permiso emitido por la delegación correspondiente o cabecera municipal.

Un cárcamo (depósito de asolves) para retener los desperdicios de algodón que estos no sean depositados en el drenaje.

Y son verificados nuevamente los requisitos que anteriormente se mencionaron de protección civil.

Este trámite se realiza en la dependencia de gobierno que corresponda a la ubicación de la empresa.

AUTORIZACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL

Es el documento otorgado por la Secretaría de Medio Ambiente de la Entidad Federativa como resultado de la presentación y evaluación de un informe preventivo, manifestando un estudio de impacto ambiental o de riesgo, según corresponda, cuando previamente a la realización de una obra o actividad se cumplan los requisitos establecidos por la Ley en la materia para evitar o en su defecto minimizar y restaurar o compensar los daños ambientales que las mismas puedan ocasionar.

2. CÁMARA DE COMERCIO (CANACO) Y DIVISIÓN DE CADA GIRO EMPRESARIAL

CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO (CANACO)

Como primer paso para la toma de decisiones debe definir si funcionará como persona física o moral; si la elección fue persona moral, deberá de constituir una sociedad en las formas previstas por la legislación mercantil y acudir con un notario público para que les realice el trámite de permiso para el nombre de la empresa, protocolice el acta constitutiva y la inscriba en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio.

Sea persona física o moral, debe verificar que el uso de suelo en el establecimiento que piensa ocupar para el desarrollo de su actividad se encuentre permitido, sugiriendo que antes de adquirir o rentar un local, realice la comprobación correspondiente mediante el trámite de certificado de zonificación de uso específico.

CERTIFICADO DE ZONIFICACIÓN DE USO ESPECIFICO.

Es el documento expedido por el Registro de los Planes y Programas de Desarrollo Urbano de la Entidad Federativa de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, por medio del cual se certifica si un uso de suelo está permitido o prohibido para determinado inmueble, conforme al Programa Delegacional o Municipal.

AFILIACIÓN A LA CÁMARA DE COMERCIO POR GIRO EMPRESARIAL

De conformidad con lo que establece la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones,, las empresas podrán afiliarse voluntariamente ante la Cámara que le corresponda de acuerdo a la actividad o giro que desarrolle y a su circunscripción regional, presentando para tal efecto su inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes, y en caso de ser persona moral presentar el acta constitutiva de la sociedad y pagar una cuota anual. El registro es de manera inmediata y se le debe proporcionar un recibo de

afiliación y servicios, con el cual acredita la inscripción y tiene derecho a utilizar los servicios en la forma y términos previstos por la Cámara correspondientes.

3. SIEM

ALTA EN EL SISTEMA DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL MEXICANO (SIEM).

De acuerdo con lo que establece la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, las empresas están obligadas a proporcionar al Sistema de Información Empresarial Mexicano dentro del primer bimestre de cada año, la información actualizada que permita identificar las características de las empresas que participen en la actividad económica del país, a fin de conocer su oferta, demanda de bienes y servicios y procesos productivos en que intervienen, en atención a la ubicación de cada establecimiento, a la actividad, giro y región correspondiente.

4. PROPUESTAS DE PÁGINAS WEB EN DONDE PODRÁ ENCONTRAR LOS PROCESOS PRODUCTIVOS DE ALGUNAS EMPRESAS

Es necesario recordar que para toda empresa lo primero que se debe tomar en cuenta es contar con un buen proyecto de inversión, el cual puede formular usted mismo basándose en la información proporcionada en dicha investigación en el Capítulo “Proyectos de inversión”, además si piensa formar una sociedad puede consultar amistades que tengan experiencia en el giro que desee emprender. Se debe también contar con una buena programación de la producción.

Recuerde que la base para iniciar un negocio es actuar conforme a la Ley, es por ello que previamente se les ha manejado los temas que aluden al marco jurídico.

Pero no se angustie, toda la información referente a los procesos productivos la podrá encontrar en las páginas Web que a continuación se mencionan.

4.1 PURIFICADORA DE AGUA

<http://www.pymes.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=9&g=6>

<http://www.economia.gob.mx/pics/p/>

<http://www.aquapurificacion.com/agua-purificada.htm>



4.2 CONFECCIÓN Y DISEÑO DE PRENDAS

Las páginas que podrá consultar son las siguientes:

<http://www.empleosperu.gob.pe/imt/productos/Buletines%20Sectoriales/Sector%20Industria%20Textil.pdf#search>



4.3 GRANJA ACUÍCOLA

<http://www.fao.org/docrep/field/003/AC598S/AC598S03.htm>

http://www.cosaes.com/ley_acuicultura.htm

<http://www.truchasalicura.com/produccion.htm>





4.4 PRESTADORES DE SERVICIOS

Puede ir desde un Cirujano dentista, Contador público hasta la contratación de grupos musicales. La siguiente página está orientada primordialmente al sector rural.

http://www.inca.gob.mx/flash_paginas/redpsp.htm



4.5 INVERNADERO

En cuanto a los invernaderos abarcaremos únicamente la producción del hongo y de jitomate. Las páginas siguientes le brindaran la información que usted necesita

4.5.1 PRODUCCIÓN DE HONGO

http://www.agrobit.com/Info_tecnica/Alternativos/horticultura/AL_000007ho.htm

<http://www.iib.unsam.edu.ar/IIB-INTECH/html/laboratorios/micologia/cultivo.html>





4.5.2 PRODUCCIÓN DE JITOMATE

<http://www.lowes.com/lowes/lkn?action=noNavProcessor&p=spanish/LawnGarden/checklist.html>

<http://www.lowes.com/lowes/lkn?action=noNavProcessor&p=spanish/LawnGarden/Tomatoes.html>

http://www.agrobit.com/Info_tecnica/Alternativos/horticultura/AL_000007ho.htm

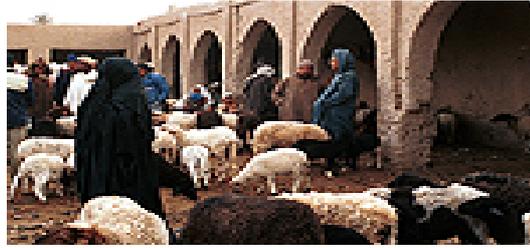


4.6 RASTRO TIF Y CARNICERÍAS

Consulte las siguientes páginas Web.

<http://www.cddhcu.gob.mx/camdip/comlvii/comeco/foro3/manejo.htm>

<http://www.logar.com.mx/products/carniceria.html>



5. SECCION PARA ANOTACIONES Y/O COMENTARIOS

En esta sección se pone a sus órdenes dos direcciones de correos electrónicos en los cuales podrá enviarme las sugerencias o comentarios pertinentes a este manual.

Así mismo, si se encuentra interesado para ser incluido en la próxima edición de este ejemplar, favor de enviarnos sus datos y donde contactarnos.

Las direcciones son:

- luzmirigs@yahoo.com.mx
- dancastc@hotmail.com

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

- Méndez R. Ignacio, Namihira G. Delia, Moreno A. Laura, Sosa Cristina. El protocolo de investigación,
- kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia.
- Villegas H. Eduardo, Ortega O. Rosa María. Sistema financiero de México, Mc Graw Hill

Notas:

- Noticiero Televisa de Joaquín López Doriga.
- **Cumbre de Johannesburgo en Septiembre de 2002**
- Notas sobre economía de la necesidad y economía mercantil. Bernardo González, ALCONA

Páginas Web:

- www.vinculando.com/
- www.inbursa.com.mx/:

- www.inegi.gob.mx
- www.ccmexico.com.mx
- www.condusef.gob.mx: Para información acerca del Sar (Sistema de Ahorro para el Retiro)
- www.conexionejecutiva.com/: CANACO
Cámara Nacional de Comercio.
Dirección: Paseo de la Reforma No. 42,
México, Distrito Federal, Tel. 55/592-
2665
- www.cofemer.gob.mx: Comisión Federal de Mejora Regulatoria.
- www.shcp.gob.mx: Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Ofrece información económica, asistencia al contribuyente, noticias y comunicados de prensa.
- www.profeco.gob.mx: Procuraduría Federal del Consumidor
- www.siem.gob.mx: Sistema de Información Empresarial Mexicano
- <http://serpiente.dgsca.unam.mx/cesem>: Aquí podrá encontrar un índice de las leyes orgánicas municipales de todos los Estados de la República mexicana.
- www.proteccioncivil.gob.mx: SEGOB
Secretaría de gobernación.

- www.ine.gob.mx: Instituto Nacional de Ecología
- www.semarnat.gob.mx: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) Estructura interna, participación ciudadana, programas y proyectos, emergencias ambientales, eventos, normativa, estadísticas, contaminantes, ...
- www.proteccioncivil.gob.mx: Ley de protección civil para el Distrito Federal.
- www.e-morelos.gob.mx/e-gobierno: Ley de protección civil de Estado de Morelos.
- www.guadalajara.gob.mx/reglamentos/: Ley de protección civil de Estado de Guadalajara.
- www.urupan.gob.mx/laip/pdf: Ley de protección civil para el Estado de Michoacán.
- www.proteccioncivil.gob.mx: Ley de protección civil para el Estado de México, Querétaro, Puebla.
- <http://www.itson.mx/diep/Maestrias/misp/>: Pagina que se puede consultar para sugerencias de cómo lograr mejoras en sus empresas. Además de mantenimiento preventivo.

- <http://www.pymes.gob.mx/guiasempresariales/quias.asp?s=9&q=6>
Para mejorar su negocio