

---

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA



DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

PROYECTO TERMINAL PARA OBTENER EL TITULO EN LA  
LICENCIATURA DE ADMINISTRACION

CREACION DE 1ª MICROEMPRESA

“FANTASIAS ADRI s.a. de c.v.”

**ASESOR:** CORNEJO LOPEZ RAUL ARTURO

**ALUMNA:** SANTIAGO LOPEZ ADRIANA OLIVA

**MATRICULA:** 207310694

LUNES, 30 DE ABRIL DE 2012

INTRODUCCION .....	4
OBJETIVO GENERAL .....	6
OBJETIVOS ESPECÍFICOS. ....	6
HIPÓTESIS. ....	6
METODOLOGIA DE INVESTIGACION.....	7
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN. ....	7
TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	7
SELECCIÓN DE LA MUESTRA.....	7
CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA. ....	8
JUSTIFICACIÓN: .....	9
MARCO TEORICO.....	12
CONCEPTO DE MICROEMPRESA. ....	12
¿QUÉ ES UNA MICROEMPRESA? .....	12
CARACTERÍSTICAS DE LA PEQUEÑA EMPRESA:.....	14
SITUACIONES QUE ORIGINAN LA CREACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS: .....	18
FUENTES DE FINANCIAMIENTO. ....	19
INSTITUCIONES FINANCIERAS: .....	24
NAFIN. ....	24
FONDO PYME. ....	27
BANORTE.....	27
HIR PYME.....	30
BANAMEX.....	32
FICEN .....	32
CORRECTA ELECCIÓN DEL FINANCIAMIENTO. ....	33
"FANTASIAS ADRI" PLAN DE NEGOCIOS.....	36
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EMPRESA. ....	36
ANÁLISIS FODA:.....	39
NATURALEZA DE LA EMPRESA. ....	40

ORGANIZACIÓN.....	41
MISION: .....	41
VISION: .....	41
VALORES.....	41
OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.....	42
OBJETIVOS GENERALES: .....	42
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....	42
ESTRUCTURA DE "FANTASIAS ADRI" .....	42
VISION A LARGO PLAZO:.....	43
PERSONAL DE "FANTASIAS ADRI".....	44
JORNADA LABORAL: .....	44
PERFIL DE PUESTOS: .....	44
SELECCIÓN DE PERSONAL.....	48
PROCESO DE SELECCIÓN: .....	48
EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO.....	51
CONTRATO DE TRABAJO: .....	51
POLÍTICAS OPERATIVAS DE "FANTASIAS ADRI".....	53
TABLA DE SUELDOS:.....	53
OBJETIVO DE MERCADOTECNIA: .....	54
LA COMPETENCIA.....	55
CLIENTES Y PRODUCTO.....	56
INFORMACIÓN DEL CLIENTE.....	56
ANALISIS DE MERCADO.....	57
INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	58
OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	58
TABULACION DE RESULTADOS.....	59
FIJACIÓN DEL PRECIO.....	72

POLÍTICAS DE PRECIO:.....	75
MARGEN DE UTILIDAD. ....	76
PUNTO DE EQUILIBRIO. ....	77
PUBLICIDAD.....	80
PROMOCION DE VENTAS. ....	81
ESLOGAN Y LOGOTIPO. ....	83
PROVEEDORES.....	84
CONTROL DE COMPRAS.....	86
POLÍTICAS DE COMPRA. ....	87
MANEJO DE INVENTARIOS. ....	87
FINANZAS.....	90
OBJETIVO DEL AREA DE FINANZAS.....	90
CALCULO DE ESTIMATIVOS DE GASTOS/COSTOS PARA INICIAR EL NEGOCIO.....	92
MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.....	94
REGIMEN FISCAL.....	97
CONCLUSIÓN. ....	99
ANEXOS.....	102
ENCUESTA PARA "FANTASIAS ADRI".....	103
EXAMEN PSICOLOGICO.....	108
PRUEBA SOCIOECONOMICA.....	110
CONTRATO DE TRABAJO.....	113
BIBLIOGRAFÍA.....	117

## INTRODUCCION.

Hoy en día los egresados de universidades salen con la idea de buscar un trabajo en una empresa de prestigio, un buen sueldo, y con la esperanza de ser empleado toda su vida. Actualmente se debería cambiar esta percepción del mundo laboral y ser uno mismo el patrón de nuestra fuerza de trabajo y esto solo se puede realizar teniendo una mentalidad de emprendedor y llevar a cabo un proyecto que nos permita obtener ingresos y no solo eso si no poder también ser una fuente de trabajo.

Como administradora y próxima egresada de la universidad mi idea es poder realizar este proyecto ya que durante este tiempo he obtenido conocimientos y desarrollado habilidades que me permitirán ser emprendedora comenzando con una microempresa y crecer hasta convertirme en empresaria, siendo dueño de mi fuerza de trabajo.

Este proyecto tiene como finalidad poner una microempresa en el municipio de Tlaxiaco Oaxaca de venta de accesorio de moda, esperando como resultado un éxito en este municipio, realizare un investigación de mercado la cual me arrojará resultados que me permitirán ver el nivel de satisfacción que los empleados tienen o no y así poder aplicar a la microempresa procesos que la hagan competente ante la competencia.

En este proyecto existen las siguientes preguntas de investigación:

¿Cuáles son los factores de éxito de un micro empresa dedicada a la comercialización de bisutería y fantasías?

¿Cuáles son los elementos que más influyen en el desarrollo de "Fantasías Adri"?

¿Es viable y factible la penetración al mercado meta del municipio de Tlaxiaco de una microempresa de bisutería y accesorios de moda?

Esto se afirmara o negara de acuerdo a la investigación de mercado que se realizara, para esto se eligieron ciertas preguntas clave que permitirán dar respuesta a toda la investigación con el fin de ver si este proyecto es o no viable y rentable.

Veremos también cuales serán las mejores opciones para obtener un financiamiento y el procedimiento que se tiene que seguir para obtenerlo, calcularemos cual será el tiempo de recuperación de la inversión para que así tengamos una visión de lo que la microempresa llegara a ser hasta convertirse en una grande empresa y la más reconocida en la venta de accesorios de moda no solo el municipio si no en todo el estado de Oaxaca.

Para todo lo anterior se consultaron algunos libros, medios electrónicos e información de dependencias de gobierno que nos dieran la pauta para el estudio, y así conocer tipos de financiamiento y hacer una buena elección de él, los tipos de publicidad, consultamos el marco legal y régimen fiscal por el cual debe de estar asentada la microempresa, y así comenzar con los trámites necesarios para tener todo bajo la ley.

## **OBJETIVO GENERAL.**

Identificar, analizar y evaluar factores que tengan relevancia para la creación y desarrollo de la microempresa "Fantasías Adri S.A. de C.V." En el municipio de Tlaxiaco Oaxaca.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- Identificar quienes serán los clientes potenciales a través de la segmentación de mercado.
- Expansión mediante sucursales dentro de los municipios circundantes de Tlaxiaco Oaxaca.
- Analizar por qué los clientes prefieren comprar en determinado comercio, y cuáles son los factores que influyen para que así suceda.

## **HIPÓTESIS.**

**H1:** Los principales factores de éxito de la creación de una microempresa de bisutería son diversidad de productos de temporada, calidad superior a la competencia, precios bajos y un buen servicio para la satisfacción del cliente.

**H2:** Los elementos que permiten el desarrollo de "fantasías Adri" son 2, el precio y la calidad ya que los clientes potenciales buscan siempre productos de calidad a un bajo costo.

**H3:** Si es viable la penetración al mercado meta de productos de bisutería y accesorios de moda en el municipio de Tlaxiaco

## **METODOLOGIA DE INVESTIGACION.**

### **DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.**

El diseño de investigación constituye un plan para obtener la información necesaria para el estudio correspondiente la cual estará estructurada por una estrategia. Para esta investigación se realizara un diseño no experimental ya que no se manipularan deliberadamente las variables de la investigación, solo me basare en las variables reales sin ninguna intervención. El autor Sampieri hace énfasis en que "lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en un contexto natural, para después analizarlos". Por esta razón se realizara un cuestionario por los cuales obtendremos respuestas a variables que no serán manipularan.

Aparte de ser un diseño no experimental será también transeccional explorativo ya que la investigación se realizara en un tiempo específico.

### **TIPO DE INVESTIGACIÓN.**

En este estudio de acuerdo a las variables que se quieren estudiar y para mayor comprensión de los resultados la investigación será de tipo cuantitativa, para así proporcionar resultados más específicos y en forma numérica para que así las comparaciones también sean más exactas.

Tendremos así claridad entre los elementos de la investigación que conforman el problema, en la dirección en la que va y el tipo de incidencias que existen entre ellos.

### **SELECCIÓN DE LA MUESTRA.**

Para el establecimiento de la microempresa dedicada a la venta de accesorios de moda y bisutería se decidió como mercado meta el municipio de Tlaxiaco Oaxaca por ser un poblado con pocos establecimientos dedicados a este giro y los que existen dan precios poco accesibles para los consumidores.

Para esta investigación opte por una muestra probabilística ya que los pobladores de este municipio tendrán la misma posibilidad de ser elegidos. Se seleccionaran

al azar cada una de las personas a ser encuestadas que tengan una edad entre 16 a 35 años.

### **CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.**

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la

Población es la siguiente:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

Para calcular el tamaño de la muestra para la investigación de mercado para "Fantasías Adri", tomaremos como base de la población según censos del INEGI, un tamaño de población de mujeres en una edad de 16 a 35 años de 14300, entonces:

N = 10000 mujeres

Z = 1.962 (ya que la seguridad es del 95%)

P = en este caso utilizaremos el 5% que es .05)

Q = es igual a 1-p en este caso 1-.05= 0.95

D =en este caso esperamos un 3%

$$n = \frac{10000 * 1.962^2 * .05 * 0.95}{0.03^2 * (10000 - 1) + 1.962^2 * 0.05 * 0.95}$$

**Resultado= se necesita encuestar por lo menos a 197 mujeres para poder tener una seguridad del 95%.**

## **JUSTIFICACIÓN:**

Esta investigación será llevada a cabo para saber si los clientes potenciales para "Fantasías Adri", estarán interesados a comprar sus productos en este comercio y si así lo fuera saber cuál es el mejor precio que ellos estarán dispuestos a pagar y cuáles serán los productos más demandados. De acuerdo a las investigaciones que se realicen y los resultados que las encuestas proporcionen, me daré cuenta si este negocio es redituable y si en realidad es factible llevar a cabo la iniciación de esta micro empresa. Ya que la principal preocupación de cualquier empresa es llegar al gusto y a la satisfacción del cliente, el estudio de mercado me permitirá obtener las respuestas a estas preguntas y darme cuenta de las expectativas de los consumidores frente a los productos.

La investigación también me será útil para saber la trascendencia que esta microempresa pueda tener, como hacer que crezca y se convierta en una de las principales distribuidoras de accesorios de moda no solo en el municipio si no en todo el estado de Oaxaca. Y desarrollando este proyecto se va a satisfacer la necesidad de las personas que desean obtener un producto de buena calidad y a un buen precio y sobre todo un producto de moda.

Aparte de desarrollar la microempresa para tener ingresos y tener una vida económica estable, también me permitirá poner en práctica mis conocimientos como administradora y me permitirá desarrollar mis capacidades.

PROYECTO TERMINAL: "FANTASIAS ADRI"

ALUMNA: SANTIAGO LOPEZ ADRIANA OLIVA

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO	HIPOTESIS
<p>Crear una empresa en la venta de productos de bisutería (todo tipo de accesorios de moda) y fantasía, ya que se detectó una amplia demanda en estos productos por parte de la población de Tlaxiaco. Aunado a la mala calidad de los productos existentes en el mercado y a su elevado precio.</p>	<p>¿Cuáles son los factores de éxito de un micro empresa dedicada a la comercialización de bisutería y fantasías?</p>	<p>Determinar si los productos más novedosos, los precios, la accesibilidad y alcance permiten que el micro empresa tenga más clientes que otra.</p>	<p><b>H1:</b> Los principales factores de éxito de la creación de una microempresa de bisutería son diversidad de productos de temporada, calidad superior a la competencia, precios bajos y un buen servicio para la satisfacción del cliente.</p>
	<p>¿Cuál de los elementos anteriores son los que más influyen en el desarrollo de "Fantasías Adri"?</p>	<p>Evaluar cual de los factores antes mencionados es el que tienen más relevancia para el desarrollo de "Fantasías Adri" en el municipio de Tlaxiaco Oaxaca.</p>	<p><b>H2:</b> Los elementos que permiten el desarrollo de "fantasías Adri" son 2, el precio y la calidad ya que los clientes potenciales buscan siempre productos de calidad a un bajo costo.</p>
	<p>¿es viable y factible la penetración al mercado meta del municipio de Tlaxiaco de una microempresa de bisutería y accesorios de moda?</p>	<p>Analizar las principales diferencias entre las micro empresas establecidas en el municipio de Tlaxiaco Oaxaca que se dediquen a la misma actividad comercial</p>	<p>H3: Si es viable la penetración al mercado meta de productos de bisutería y accesorios de moda en el municipio de Tlaxiaco.</p>

<b>Definición del problema</b>	<b>Síntomas-Problema Detallado</b>	<b>Causas</b>	<b>Efectos</b>	<b>Alternativas</b>	<b>Solución Probable</b>
<p>Poca oferta de productos de bisutería en el municipio de Tlaxiaco Oaxaca</p>	<p>Los comerciantes de estos productos tienen que ir a lugares como México o Puebla para poder obtener sus productos ocasionándoles mayores costos y esfuerzo para llevar estos productos hasta sus clientes, dando como resultado también una oferta a un alto costo de cada producto.</p>	<p>Alta demanda de productos de bisutería en el municipio de Tlaxiaco Oaxaca. En el municipio solo existe un local en el que venden productos por mayoreo de bisutería y fantasía, pero los precios son muy altos y los comerciantes por consiguiente tienen que elevar sus precios para que el negocio sea redituable.</p>	<p>Los precios de los productos son altos. Los comerciantes prefieren salir a otro lugar a conseguir sus productos. Los costos y esfuerzos son mayores por conseguir sus productos.</p>	<p>Más comercios que ofrezcan productos de bisutería de una buena calidad y a un bajo costo</p>	<p>Que se oferten más productos de bisutería, y que los precios sean bajos para que sea redituable, con productos de temporada y a un bajo precio.</p>

## MARCO TEORICO

### CONCEPTO DE MICROEMPRESA<sup>1</sup>.

Se considera microempresa a la que tiene entre 0 y 10 trabajadores. Esto es así, independientemente de que el negocio se dedique a la industria, al comercio o los servicios.

#### ¿QUÉ ES UNA MICROEMPRESA?

Teniendo en cuenta que el término "pequeño" es relativo en el mundo empresarial, porque depende de varios factores como la realidad económica, social y demográfica de cada región, país e incluso ciudad, resulta imprescindible tomar en cuenta las siguientes consideraciones antes de responder a ésta básica pero fundamental pregunta:

1. En varios países se toma en cuenta un límite numérico de personas que puede emplear la pequeña empresa para ser considerada como tal. Ese límite varía de un país a otro y de una industria a otra, por ejemplo, en Estados Unidos en la industria de la manufactura el número máximo de empleados puede estar dentro del rango de los 500 a los 1.500 dependiendo del tipo de producto que se fabrique; en cambio, en la venta al mayoreo el número máximo de empleados puede variar de 100 a 500 dependiendo de la particularidad del producto que se supla. En el caso de México, tiene un límite de 50 trabajadores para industria y servicios y de 30 para el comercio, en Colombia el límite es de 50 empleos y en el Perú es de 20.
2. En algunos países se toma en cuenta otros factores que son importantes en la definición de la "Pequeña Empresa". Por ejemplo, en Estados Unidos además del límite de personas se toma en cuenta el hecho de que la

---

<sup>1</sup> <http://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html>

pequeña empresa es aquella que es operada independientemente, creada para ser rentable y que no es dominante en su campo de operación. En el caso de la Argentina, se considera pequeña empresa a aquella que no sobrepasa un tope de ventas anuales, el cual, depende del sector al que pertenezca (Agropecuaria, industria y minería, comercio, servicios o construcción). En el caso del Perú, una pequeña empresa es aquella cuyo número de empleados y su valor anual de ventas no excede una determinada cantidad.

Por tanto, y teniendo en cuenta éstas consideraciones, vamos a responder a la pregunta ¿qué es la pequeña empresa? con la siguiente definición universal de pequeña empresa:

"La pequeña empresa es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que la conforma no excede un determinado límite, y como toda empresa, tiene aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras, todo lo cual, le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad"<sup>2</sup>

En la economía de México se clasifican a las empresas de acuerdo a su tamaño, su giro y el impacto que sus resultados tienen para el crecimiento de nuestro país, es así como surge el objetivo de este trabajo: Analizar la estructura de las Microempresas, sus fuentes de financiamiento y cómo éstas influyen en la economía de un país como México.

Si bien México es un país que día a día va a la conquista de nuevos mercados, es necesario que sepamos cómo enfrentar las nuevas adversidades que pueden surgir en el mundo en general. Hoy en día los mercados han mejorado su apertura a nuevas tendencias, a nuevos ofrecimientos y la competencia crece conforme a

---

<sup>2</sup> <http://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html>

la demanda de los productos más necesarios o de mayor calidad para los usuarios. Es por eso que se ha de comprender por qué en países como el nuestro pero también en países altamente desarrollados, los empresarios y la gente en general ha optado por crear empresas que no requieren de grandes infraestructuras para subsistir pero que si bien luchan por mantenerse a flote.

### **CARACTERÍSTICAS DE LA PEQUEÑA EMPRESA:**

La pequeña empresa tiene determinadas características que la distinguen de otros tipos de empresa (micro, mediana o grande empresa).

Según Jack Fleitman, autor del libro "Negocios Exitosos", las características principales de la pequeña empresa son las siguientes<sup>3</sup>:

- Ritmo de crecimiento por lo común superior al de la microempresa y puede ser aún mayor que el de la mediana o grande.
- Mayor división del trabajo (que la microempresa) originada por una mayor complejidad de las funciones; así como la resolución de problemas que se presentan; lo cual, requiere de una adecuada división de funciones y delegación de autoridad.
- Requerimiento de una mayor organización (que la microempresa) en lo relacionado a coordinación del personal y de los recursos materiales, técnicos y financieros.
- Capacidad para abarcar el mercado local, regional y nacional, y con las facilidades que proporciona la red de internet, puede traspasar las fronteras con sus productos (especialmente si son digitales, como software y libros digitales) y servicios.
- Está en plena competencia con empresas similares (otras pequeñas empresas que ofrecen productos y/o servicios similares o parecidos).

---

<sup>3</sup> «Negocios Exitosos», de Jack Fleitman, Mc Gran Hill Interamericana Editores, 2000, Pág. 22.

- Utiliza mano de obra directa, aunque en muchos casos tiene un alto grado de mecanización y tecnificación.
- En muchos casos son empresas familiares; en las cuales, a menudo la familia es parte de la fuerza laboral de la pequeña empresa. Por ejemplo, el esposo es el gerente general, la esposa la gerente comercial, el hijo mayor el jefe de ventas, etc., y además, todos ellos participan de una u otra manera en la producción o prestación de servicios.
- Su financiamiento, en la mayoría de los casos, procede de fuentes propias (ahorros personales) y en menor proporción, de préstamos bancarios, de terceros (familiares o amistades) o de inversionistas.
- El propietario o los propietarios de pequeñas empresas suelen tener un buen conocimiento del producto que ofrecen y/o servicio que prestan y además, sienten pasión, disfrutan y se enorgullecen con lo que hacen.
- El flujo de efectivo es uno de los principales problemas con los que atraviesa la pequeña empresa, especialmente en sus inicios.
- Realizan compras de productos y servicios a otras empresas y hacen uso de las innovaciones, lo cual, genera crecimiento económico.
- Proporciona a la economía beneficios catalíticos. Contribuye a la producción nacional y a la sociedad en general, aparte de los gastos y ganancias que generan.
- Un buen porcentaje de pequeñas empresas opera en la casa o domicilio de sus propietarios. Por ejemplo, peluquerías, consultorías, etc.
- Tiene sistemas administrativos menos jerárquicos y una fuerza laboral menos sindicalizada que la mediana y grande empresa.
- En muchos casos, son proveedores de medianas y grandes empresas.

### **Ventajas:**

Las microempresas son un motor de crecimiento económico y de empleo fundamental para el país ya que, de acuerdo a resultados del último censo económico del INEGI:<sup>4</sup> (FECHA)

- De cada 100 empresas mexicanas, 96 son microempresas.
- Contribuyen con el 40.6% del empleo.
- Aportan el 15% del PIB.
- Tiende a ser económicamente más innovadora que las compañías más grandes, es más apta para responder a las cambiantes exigencias del consumidor, más dispuesta a crear oportunidades para las mujeres y grupos minoritarios y para emprender actividades en las zonas empobrecidas.
- Tiene la capacidad de realizar alianzas y sociedades, a diferencia de las grandes empresas con intereses competitivos demarcados.
- Actúa como punto de entrada a la economía de trabajadores nuevos o previamente menospreciados.
- La pequeña empresa brinda satisfacción y autonomía de trabajo a aquellos emprendedores que no tienen la capacidad financiera o técnica para iniciar una mediana o gran empresa.
- La pequeña empresa, en un mundo agobiado por la pobreza y la necesidad, tiene la capacidad no solo de mitigar el sufrimiento, sino también de crear una clase media sólida, generar una base impositiva segura y fomentar la estabilidad social.

### **Desventajas:**

La competitividad y productividad de las microempresas, sobre todo de las de tipo tradicional está siendo amenazada por la incorporación de modernos conceptos de negocio, que evidencian:

- Limitada profesionalización.

---

<sup>4</sup> [http://www.mexicoemprende.org.mx/index.php?option=com\\_content&task=view&id=49&Itemid=74](http://www.mexicoemprende.org.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=49&Itemid=74)

- Crecimiento desordenado.
- Rezago tecnológico.
- Altos consumos de energía.
- Imagen comercial descuidada e insalubre.
- Administración informal ("de cajón").
- Limitados accesos al financiamiento.
- Los emprendedores de pequeñas empresas, en muchas ocasiones, tienen que dejar su empleo para iniciar su empresa o lo hacen cuando sufren un despido; lo cual, implica un cambio drástico no solo en lo económico, sino también en el modo de vida.
- En la primera etapa, los emprendedores de pequeñas empresas suelen pasar por momentos de privaciones, como consecuencia de haber invertido sus ahorros, haber incurrido en préstamos y contraído obligaciones (sueldos, alquileres, impuestos, etc.).
- Las pequeñas empresas suelen cerrar sus puertas con más frecuencia que las grandes empresas, debido principalmente a la falta de recursos económicos, capacidad técnica (para ofrecer productos de calidad) y/o de suficientes clientes como para mantenerlos en funcionamiento.
- Las pequeñas empresas tienen menor poder de negociación con los proveedores que las medianas o grandes, debido a sus bajos volúmenes de compras.
- Las pequeñas empresas tienen menor acceso al financiamiento [9] o mayor dificultad para obtenerlo<sup>5</sup>

### **Ejemplos de Microempresas:**

- Tiendas de abarrotes y misceláneas.
- Tortillerías y molinos de nixtamal.

---

<sup>5</sup> <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2005/afcd-mpymem.htm>

- Papelerías.
- Salones de belleza.
- Panaderías.
- Talleres mecánicos.
- Farmacias.
- Carnicerías.

### **SITUACIONES QUE ORIGINAN LA CREACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS:**

Existen diferentes situaciones que despiertan en muchos emprendedores el deseo y el compromiso de iniciar una pequeña empresa, sin embargo, las principales son las siguientes:

- La identificación de una oportunidad en el mercado (por lo regular, un nicho de mercado) en el que el emprendedor determina o supone que puede obtener ganancias al ofrecer productos y/o servicios que las grandes empresas no ofrecen.
- La tenencia de un producto o servicio que apasiona al emprendedor, al punto de querer producirlo y comercializarlo por cuenta propia.
- La realidad económica en la que las oportunidades laborales son escasas o los salarios muy bajos; por tanto, emprender una pequeña empresa es vista por muchos emprendedores como una solución.
- El impulso de las sugerencias de familiares o amistades para que el emprendedor establezca un nuevo negocio o empresa por cuenta propia.
- El hecho de poder trabajar en familia o de brindar trabajo a otros miembros de la familia.
- La pérdida de un empleo.
- La necesidad de tener un ingreso adicional para la familia que por lo general, induce a uno de los cónyuges a emprender una pequeña empresa. Por ejemplo, en los países latinoamericanos muchas mujeres inician un negocio cerca de casa o en el domicilio (como una peluquería, una librería o un restaurante) para colaborar con los gastos del hogar y con el paso del

tiempo comienzan a contratar personal hasta que se constituyen en una pequeña empresa.

- El deseo de ser dueño del propio destino, de crecer por cuenta propia y de generar riqueza.

### **FUENTES DE FINANCIAMIENTO.**

En México las PyMES pueden recurrir a diversas fuentes de financiamiento cuando requieren recursos económicos para su crecimiento o subsistencia. Normalmente se piensa en la obtención de un crédito bancario o en aportación de su patrimonio. Pero además existen muchas otras opciones para obtener los recursos necesarios que les permitirán operar rentablemente o impulsar sus proyectos de expansión.

Si consideramos que en los últimos años, específicamente desde la crisis económica que se presentó a finales de 1994, los bancos han limitado y casi eliminado los créditos a las empresas, pensaríamos que la economía del país debería haber decrecido en la misma proporción, pero no fue así, el financiamiento bancario fue sustituido por fuentes alternativas y de hecho la economía ha crecido.

Aún cuando las alternativas de financiamiento son poco utilizadas por los empresarios en México -salvo el crédito de proveedores-, la importancia de enunciarlas resulta del mismo hecho de su existencia y posibilidad de crecimiento como alternativas viables para las PyMES.

No nos extrañe que a falta de créditos de la banca, las alternativas observadas y las ofrecidas por las instituciones auxiliares de crédito del SFM, puedan lograr el milagro de reactivar el desarrollo de la economía en nuestro país. (García, V. 2001).

Las fuentes alternativas de financiamiento a las que pueden recurrir las PyMES, son:<sup>6</sup>

- a) El crédito de proveedores.
- b) la venta o renta de activos obsoletos o no estratégicos.
- c) Arrendamiento de activos del fabricante.
- d) Patrocinio, subsidios y apoyos de proveedores.
- e) financiamiento por parte del gobierno o instituciones financieras.

### **Crédito de proveedores:**

Negociar créditos con proveedores representan un tipo de financiamiento no bancario, la cual la empresa puede negociar con sus proveedores prorrogando en el plazo de sus pagos (30, 60 y 90 días). Las posibilidades de obtener financiación por estas gestiones dependerá en buena medida de la situación del mercado, y de la capacidad de gestión de la empresa ante las otras empresas que tratan con ella: los proveedores y los propios clientes.

De manera general, negociar un crédito con proveedores, supone una fuente de financiación corriente en la empresa, ya que en muchos casos representan un apoyo importante en el ciclo de explotación de la misma, acortando el periodo medio de maduración ya que puede pagar a los proveedores a un plazo mayor al periodo medio de cobro que mantiene con sus clientes y obtener así su liquidez.<sup>7</sup>

Por tanto, hay que tomar en cuenta el periodo medio de maduración (PMM) de la siguiente manera:

### **Periodo medio de maduración (PMM).**

Es el tiempo que tarda la empresa en recuperar el dinero que ha invertido en el proceso productivo, es decir, el número de días que transcurren desde que se compra la materia prima hasta que se cobra del cliente.

---

<sup>6</sup> <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2007/aes.htm>

<sup>7</sup> [http://www.creacionempresas.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=737&Itemid=787](http://www.creacionempresas.com/index.php?option=com_content&task=view&id=737&Itemid=787)

El periodo medio de maduración está compuesto por el periodo medio de fabricación (PMF) o número de días que se tarda en fabricar los productos, el periodo medio de venta (PMV) o número de días que se tarda en vender los productos, el periodo medio de cobro (PMC) o número de días que se tarda en cobrar las facturas a los clientes, y el periodo medio de pago (PMP) o número de días que se tarda en pagar las facturas a los proveedores.<sup>8</sup>

Es, decir:  $PMM = PMA + PMF + PMV + PMC - PMP$ .

### **Venta o renta de activos obsoletos o no estratégicos.**

Representa una fuente muy efectiva para hacerse de recursos frescos, ya que además de significar un financiamiento, aumenta la productividad de las empresas al deshacerse de los bienes muebles o inmuebles que no utiliza y que podría significar un gasto innecesario.

También se puede rentar la capacidad sobrada de la empresa, por ejemplo, en los almacenes. Es ideal que los empresarios que hagan uso de esta estrategia utilicen los fondos como capital de trabajo, por ejemplo para comprar inventarios y aprovechar descuentos por pronto pago con sus proveedores.

Las ventajas de utilizar este tipo de créditos: hace más productiva la empresa y economiza costos de almacenamiento y mantenimiento de activos no indispensables; el financiamiento es más barato, no tiene costos financieros; se obtienen recursos frescos de un bien que no se usa y que por lo tanto no es indispensable para la empresa; permite actualizar nuestros activos obsoletos.

Existen algunas desventajas: no es común que las empresas cuenten con exceso de activos para vender o rentar; y los equipos obsoletos se venden generalmente a muy bajo precio.

Sin importar el tamaño de una empresa, una eficiente administración no debe de ignorar esta opción de financiamiento al revisar sus activos y posibilidad de

---

<sup>8</sup>

[http://www.profes.net/rep\\_documentos/Propuestas\\_Bachillerato/2%20BA%20Periodo\\_maduracion\\_2.PDF](http://www.profes.net/rep_documentos/Propuestas_Bachillerato/2%20BA%20Periodo_maduracion_2.PDF)

actualizarlos, al mismo tiempo, al mantener una infraestructura reducida, permite optimizar su productividad. Se debe recomendar al empresario que evite adquirir activos que no sean los absolutamente indispensables para la operación del negocio y a mantener la mente abierta a la compra de activos que por su avance tecnológico, permiten reducir costos.<sup>9</sup>

### **Arrendamientos de activos del fabricante.**

Además de las instituciones auxiliares de crédito del SFM, conocidas como arrendadoras financieras, que tienen como único objetivo el prestar el servicio de arrendamiento financiero a las empresas, algunas medianas y pequeñas empresas mexicanas y extranjeras, manufactureras o importadoras de productos como equipos de computo, maquinaria, de fotocopiado, de comunicación y equipos especializados, además de vender sus productos al contado y o a plazos, ofrecen estos productos directamente a sus usuarios con una alternativa diferente, por el método de arrendamiento financiero, es decir, en lugar de venderles el bien se los rentan.

Contrario a la creencia de que es caro y limitado a ciertos equipos, el arrendamiento se extiende en México a casi todo tipo de bienes, por citar un ejemplo: Desde hace 25 años, el Camino Resources Ltd., otorgaba en arrendamiento equipos de computo, de redes y comunicaciones, elementos vitales para la operación de cualquier negocio, actualmente ha ampliado sus servicios al arrendamiento de maquinaria para uso industrial, camiones, tráileres, autos, camionetas, grúas, montacargas, excavadoras y hasta aviones.

Algunas otras empresas, distribuidoras de equipos de computo de las marcas Dell, Hewlett Packard (HP) y COMPAQ, así como de equipos de fotocopiado (XEROX de México), han establecido convenios y contratos de arrendamiento de sus equipos con empresas de todo tipo, desde pequeños propietarios y profesionistas

---

<sup>9</sup> <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2007/aes.htm>

por montos que van de \$ 30,000.00 - a \$ 200,000.00 - hasta las grandes empresas, públicas y privadas, por montos de millones de pesos.<sup>10</sup>

El arrendamiento es también el mecanismo ideal para las empresas con necesidad de una flotilla importante de automóviles o bienes inmuebles, pues la renta de dichos bienes se considera contablemente como un gasto y se deduce de los impuestos, también es muy usado para la adquisición de equipos de computo que por su alto grado de evolución tecnológica, son de rápida obsolescencia y difíciles de revender.

Este tipo de crédito ofrece ventajas: preserva el capital para emplearlo en otras inversiones; los pagos son deducibles de impuestos, lo que representa ventajas fiscales; se evita el pago de enganches y elimina pagos de contado; la empresa puede comprar bienes muebles o inmuebles cuyas alternativas de financiamiento son limitadas; se obtiene pronta respuesta; y los pagos se adaptan a las necesidades (flujos de efectivo) de la empresa. Pero además es necesario considerar sus desventajas: el costo de los recursos puede parecer alto; se limita solo a adquirir o usar bienes muebles o inmuebles; y controla el destino del financiamiento.

---

<sup>10</sup> <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2007/aes.htm>

## **INSTITUCIONES FINANCIERAS:**

### **NAFIN.**

El crédito Pyme de Nafinsa es una opción viable de financiamiento. Por medio de este programa puedes obtener capital de trabajo o adquirir activo fijo para tu empresa, con condiciones preferenciales en requisitos, tasa y garantías.<sup>11</sup>

### ***Para las futuras grandes empresas.***

Soñar con tener una gran empresa es fácil. Con el Crédito PyME, hacer realidad ese sueño, también porque está pensado para ser de fácil acceso a las pequeñas y medianas empresas. Al tener los recursos financieros para hacerlo, convertir tu negocio en una gran empresa, es tu decisión.

### ***¿Qué es?***

Es un crédito que representa una opción de financiamiento viable y de fácil acceso para la pequeña y mediana empresa que puede ser utilizado para capital de trabajo o para adquirir activo fijo.

### ***¿Para quién es?***

Para propietarios y directivos de pequeñas y medianas empresas.

### **Oferta:**

Planeado para cubrir las necesidades de crédito de las pequeñas y medianas empresas para que puedan obtener financiamiento de acuerdo a sus posibilidades de garantía y de pago.

### ***Beneficios para el usuario:***

- Ofrece una forma sencilla de obtener recursos para la pequeña y mediana empresa.

---

<sup>11</sup> [www.nafin.com](http://www.nafin.com)

- Puede usarse como capital de trabajo o para adquirir activo fijo.
- Trámite de integración de expediente y asesoría sin costo.
- Múltiples ventanillas de atención.
- Características:
- Pueden variar dependiendo del intermediario, el interesado debe consultar directamente con el intermediario de su elección.

***Requisitos:***

- Pueden variar dependiendo del intermediario financiero, el interesado debe consultar directamente con el intermediario financiero de su elección.

***Documentación General:***

***Personas morales.***

- Identificación oficial con fotografía vigente del representante legal y apoderados.
- Comprobante de domicilio fiscal con no más de tres meses de antigüedad.
- Alta ante la SHCP.
- Cédula de identificación fiscal.
- Información adicional requerida para calcular tu capacidad de pago.
- Solicitud de consulta de Buró de Crédito.

***Personas físicas con actividad empresarial.***

- Identificación oficial con fotografía vigente.
- Comprobante de domicilio con antigüedad no mayor a tres meses.
- Alta ante la SHCP.
- Cédula de identificación fiscal.

- Acta de matrimonio para validar el régimen matrimonial (en caso de estar casado).
- Información adicional requerida para calcular tu capacidad de pago.
- Solicitud de consulta de Buró de Crédito.

*Intermediarios financieros:*



### **FONDO PYME.**

El Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (FONDO PYME) es un instrumento que busca apoyar a las empresas en particular a las de menor tamaño y a los emprendedores con el propósito de promover el desarrollo económico nacional, a través del otorgamiento de apoyos de carácter temporal a programas y proyectos que fomenten la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas.<sup>12</sup> (Ver ANEXO "B").

### **BANORTE.**

Ofrece créditos a empresas que tienen actividad industrial, comercial o de servicios. Puedes elegir entre diferentes tipos de crédito, para destinarlo a capital de trabajo, adquirir maquinaria, mobiliario, desarrollo tecnológico, construcción o mejoramiento ambiental. Los montos de estos créditos van desde 100 mil hasta 12 millones de pesos.

#### *Paquete PyMES.*

Banorte ofrece a la Pequeña y Mediana Empresa una oferta integral de productos y servicios financieros para optimizar la administración y control de una forma segura, rápida y accesible.<sup>13</sup>

Cuenta de cheques.

Banca por Internet.

Nómina Banorte.

Inversión Global.

---

<sup>12</sup> [http://www.fondopyme.gob.mx/2010/descripcion.asp?Cat\\_Id=1&prog=1](http://www.fondopyme.gob.mx/2010/descripcion.asp?Cat_Id=1&prog=1)

<sup>13</sup>

[http://www.banorte.com/portal/banorte.portal?\\_nfpb=true&\\_pageLabel=pageBusiness&productId=305&sectionId=1166](http://www.banorte.com/portal/banorte.portal?_nfpb=true&_pageLabel=pageBusiness&productId=305&sectionId=1166)

### ***Beneficios.***

Los productos y servicios integrados en el paquete se ofrecen durante los meses de Noviembre y Diciembre gratis, en la cuota mensual (que puede exentarse de acuerdo al saldo promedio de la cuenta) y le evita el pago individual por cada uno de ellos, teniendo dos modalidades a elegir:

### ***Pago Fijo.***

Es ideal para empresas con un volumen medio de cheques girados y operaciones electrónicas, además de que a mayor saldo promedio, mayor número de operaciones gratis.

### ***Pago Fijo Plus.***

Es ideal para empresas con un volumen alto de cheques girados y operaciones electrónicas, además de que a mayor saldo promedio mayor número de operaciones gratis.

### ***Círculo PyME.***

En BANORTE entendemos lo difícil que es competir y hacer crecer su negocio en estos tiempos, pero estamos convencidos de que ahora más que nunca es el momento de redoblar esfuerzos y salir adelante.

Por eso, pensando en sus necesidades y porque en BANORTE vemos más allá que el resto de la Banca, hemos desarrollado el Círculo PyME BANORTE. Se trata de un concepto innovador que ofrece valor agregado a nuestros clientes al proporcionar, bajo un solo techo:

Oportunidades para Hacer Negocio.

Solución Integral PyME.

Eventos PyME para estar cerca del cliente.

Opciones de Valor Agregado para fortalecer su empresa.

Orientación en Responsabilidad Social Empresarial.

Asesoría y orientación en temas de interés.

Apoyo para contar con Facturación Electrónica.

Dentro del Círculo PyME BANORTE podrá encontrar las herramientas que busca para su negocio, proporcionadas por los expertos en el apoyo a las PyMEs mexicanas, que le permitirán enfrentar de manera exitosa los retos que plantea el mercado.<sup>14</sup>

#### **OPORTUNIDADES PARA EMPRENDEDORES S.A. DE C.V.**

Esta es una sociedad financiera de objeto múltiple especializada en apoyo a los emprendedores de la micro, pequeña y mediana empresa. El apoyo dependerá de las necesidades particulares y estilo de negocio.<sup>15</sup>

#### ***REQUISITOS PARA PERSONAS FISICAS: (ANEXO "C")***

- Identificación oficial vigente.
- Cedula de identificación fiscal.
- Comprobante de domicilio.
- Comprobante de ingresos.
- Reporte de buró de crédito.
- Acta de matrimonio.
- CURP

#### **REQUISITOS ADICIONALES:**

- Estados financieros anuales últimos 2 años (balance general y estado de resultados).
- Último estado financiero parcial con relación analítica no mayor de 60 días.

---

<sup>14</sup> [www.banorte.com/portal/banorte.portal?\\_nfpb=true](http://www.banorte.com/portal/banorte.portal?_nfpb=true)

<sup>15</sup> <http://www.emprendedoresofom.com/home/personas-fisicas>

- Última(s) declaración(es) anual(es).
- Estado(s) de cuenta bancario(s) de los 2 últimos meses.
- Plan de negocios o proyecto de inversión (resumen ejecutivo).
- Estados financieros pro-forma elaborado por el periodo en plazo crédito.

### **PERSONAS MORALES (ANEXO "D")**

- Escritura constitutiva inscrita ante el RPPC.
- Identificación oficial vigente del(los) representante(s) legal(es).
- Cedula de Identificación fiscal (empresa).
- Comprobante de domicilio (empresa).
- Reporte de buró de crédito (empresa) y principales accionistas.

### **REQUISITOS ADICIONALES:**

- Estados financieros anuales últimos 2 años (balance general y estado de resultados).
- Último estado financiero parcial con relación analítica no mayor de 60 días.
- Última(s) declaración(es) anual(es).
- Estado(s) de cuenta bancario(s) de los 2 últimos meses.
- Plan de negocios o proyecto de inversión (resumen ejecutivo).
- Estados financieros pro-forma elaborado por el periodo en plazo crédito.

### **HIR PYME.**

Es una Sociedad Financiera de Objeto Limitado que se concentra en apoyar a pequeños y medianos empresarios a través de créditos que se adaptan a sus necesidades. Brinda líneas de crédito (de hasta 250 mil pesos) a las empresas que en los últimos 10 bimestres hayan cumplido con el pago de sus obligaciones en materia de vivienda. Sus créditos ofrecen tasas competitivas, no tienen penalización por prepago y sus garantías son fáciles de constituir.

### ***¿Quién puede ser beneficiado con crédito HIR PYME?***

1. Empresas que sean PYME de acuerdo a su número de trabajadores:

<b>Sector / Tamaño</b>	<b>Micro</b>	<b>Pequeña</b>	<b>Mediana</b>
INDUSTRIA	1-10	11-50	51-250
COMERCIO	1-10	11-30	31-100
SERVICIOS	1-10	11-50	51-100

2. Tener al menos dos años de operación.

3. No tener reporte negativo en el Buró de Crédito.

4. Contar con información legal y financiera sobre su empresa.

5. Presentar situación financiera sana.

### ***Solicitud de Crédito***

Puedes solicitar un crédito fácilmente siguiendo los siguientes pasos:<sup>16</sup>

**Paso 1** - Realizamos tu Precalificación inmediatamente.

**Paso 2** - Llena tu Solicitud de Crédito (para personas físicas (ANEXO E) o para personas morales (ANEXO F) y una Relación Patrimonial. Envíe el Expediente Completo y en 10 días le damos su dinero.

**Paso 3** - Contáctanos al teléfono (55) 5262-1790 ó en nuestras oficinas en Leibnitz #11, Piso 8, Despacho 802, Colonia Anzures 11590 México, D.F.

---

<sup>16</sup> <http://www.hirpyme.com/solicitud.html>

### **BANAMEX**

Ofrece un programa de financiamiento dirigido a las Pymes mexicanas para apoyar sus necesidades de capital de trabajo. Tiene la ventaja de que puedes acceder a los recursos las 24 horas del día por medio de banca electrónica y otorga hasta \$2, 700,000. Los intereses se pagan de manera automática a una cuenta que asignes.<sup>17</sup>

### **FICEN**

Esta sociedad financiera mexicana de objeto limitado se especializa en otorgar créditos a Pymes. Lleva 10 años operando y tiene presencia en los principales estados del país. Ofrece tasas competitivas de acuerdo al proyecto que se apoye. Tiene de ventaja sobre los bancos que no piden reciprocidad en cuentas de cheques o inversión. Apoyan a empresas industriales, comerciales y de servicio.<sup>18</sup>

### *VENTAJAS:*

- Contratar cuentas de cheques o inversiones.
- Comprar acciones de nuestra empresa.
- Solicitar la contratación de algún servicio financiero adicional.
- Por ello nuestra especialización nos permite la disposición de atender rápida y oportunamente las solicitudes de nuestros clientes.
- Tasa de interés competitivas al fondearnos con Recursos de NAFIN, FIFOMI, FIRA, Entre otros.

(ANEXO G Y H)

---

<sup>17</sup> [http://www.banamex.com/empresas/pyme/paquete\\_pyme.htm](http://www.banamex.com/empresas/pyme/paquete_pyme.htm)

<sup>18</sup> <http://www.ficen.com.mx/ProdPYME.asp>

## **CORRECTA ELECCIÓN DEL FINANCIAMIENTO.**

Conseguir financiamiento es fundamental para impulsar la creación de un nuevo negocio o para lograr su expansión, sin embargo es necesario elegir el producto adecuado para evitar que este préstamo se convierta en una pesadilla.

La correcta elección del financiamiento tiene que ver no sólo con los intereses y las tasas, además es necesario que existe un tipo específico dependiendo del nivel en el que la idea o desarrollo se encuentre, dice el director del Centro de Innovación Empresarial y Financiera (CIEF) del Tec Ciudad de México, Jorge Humberto León Pardo.

Conocer cada tipo ayuda al emprendedor a reconocer cuál es el producto adecuado según la etapa en la que se encuentre, ya que de forma contraria el financiamiento podría volverse impagable o dificultar la operación en lugar de acelerarla.

El capital es fundamental para cualquier negocio, pero no hay que olvidar que el emprendedor también debe dedicar tiempo al desarrollo, y apostar preferentemente por un sector económico prioritario para el país y que tenga un impacto mínimo en el medio ambiente, pues son éstos los proyectos que más atraen inversiones, asegura el director de la red de incubadoras del Instituto Politécnico Nacional (IPN), Óscar Suchil.

Conoce las siete formas en las que un emprendedor puede obtener financiamiento y cuál es el adecuado según el nivel en el que se encuentre el proyecto o negocio:

### **1. FFF:**

La primera fuente de financiamiento es la que invierte el mismo emprendedor, o la proveniente de lo que se conoce como FFF: Friends, Family and Fools. Este capital se usa para la constitución de la empresa en sí, ya que se da cuando el

emprendedor inicia el negocio y la familia y amigos son las principales fuentes de dinero para operar.

## **2. Fondos Gubernamentales:**

Estos instrumentos se utilizan para generar modelos de negocio y desarrollo del proyecto, es decir cuando está más avanzado que una simple idea. Además son usados para crear prototipos que ayuden a comercializar el producto o servicio en el mercado, por lo que normalmente dan ventajas competitivas. Las principales fuentes de financiamiento de este tipo son los fondos de la Secretaría de Economía (SE), Nafin y Conacyt .

## **3. Capital semilla:**

Este crédito se define como la cantidad de dinero necesaria para implementar una empresa y financiar actividades claves en el proceso de su iniciación y puesta en marcha de un proyecto. Se da cuando la empresa ya está constituida y tiene cierto producto importante, pero requiere dinero para operar o para capital de trabajo. También se puede usar para estudios de mercado, nivel de factibilidad, plan de negocios y lanzamientos. Los da la SE, gobiernos locales y la Secretaría de Desarrollo Económico

## **4. Inversionistas ángeles:**

Las aportaciones de este tipo se dan generalmente para las empresas que ya están funcionando, y que por su alto contenido innovador o desarrollo potencial atraen créditos. Los inversionistas ángeles pueden ser independientes o pertenecer a un club, ya que se estilan las redes de este tipo que apoyan empresas.

### **5. Capital de riesgo:**

También se conoce como venture capital, y se ocupa cuando la empresa tiene cierto nivel de desarrollo, pues es un fondo que invierte mayores cantidades. El capital de riesgo es la aportación temporal de recursos de terceros al patrimonio de una empresa para optimizar sus oportunidades de negocio y aumentar su valor, dando además soluciones a los proyectos de negocio, compartiendo el riesgo y los rendimientos, ya que el inversionista busca una asociación estrecha y de mediano plazo con los accionistas originales.

### **5. Financiamientos bancarios**

En los que las empresas pueden acudir para capital de trabajo o para tener flujo en la operación diaria del negocio. Además de la banca comercial existen Sofomes que pueden ayudarte, así como empresas dedicadas al factoraje financiero. Lo importante es comparar los productos y apostar por aquél que se adecue mejor a tus necesidades personales, ya que el crédito debe ser un traje a la medida, finaliza el socio director de ArcCanto Banca de Inversión Pyme, Víctor Calderón.

## **"FANTASIAS ADRI" PLAN DE NEGOCIOS**

### **DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.**

Es una empresa dedicada a la venta de productos de bisutería y todo tipo de accesorios de moda, satisfacemos las necesidades de nuestros clientes y ofrecemos los mejores precios de la zona, contamos con un gran extenso surtido de productos, y no solo eso sino que también ofrecemos lo productos más actuales y de moda, somos los primeros en llevar a las manos de nuestros clientes los mejores productos.

Ofrecemos venta de productos de mayoreo y menudeo, y ofrecemos las mejores ofertas para que nuestros clientes se sientan satisfechos con la compra que realicen en "Fantasías Adri".

Entre los productos que ofrecemos están: pasadores, diademas, pulseras, anillos, aretes, collares, adornos para el cabello y lo más novedoso en bisutería.

**Experiencia:** hoy en día considero que cuento con una gran experiencia en este tipo de negocios ya que tanto mi familia como yo hemos estado dentro del comercio, antes de empezar con este gran proyecto he visto las necesidades, y desarrollado un pequeño negocio de este mismo giro.

**Nombre de la empresa:** "FANTASÍAS ADRI"

**Nombre del dueño (a):** Santiago López Adriana Oliva.

**Dirección:** Fray Lucero numero. 10, colonia centro, Tlaxiaco Oaxaca (esta dirección se encuentra en el centro de Tlaxiaco Oaxaca lo que permitirá que la microempresa sea más visible y atraiga más clientes, ya que una gran ventaja es que enfrente se ubica una escuela primaria, y a unas cuabras se encuentra una secundaria)

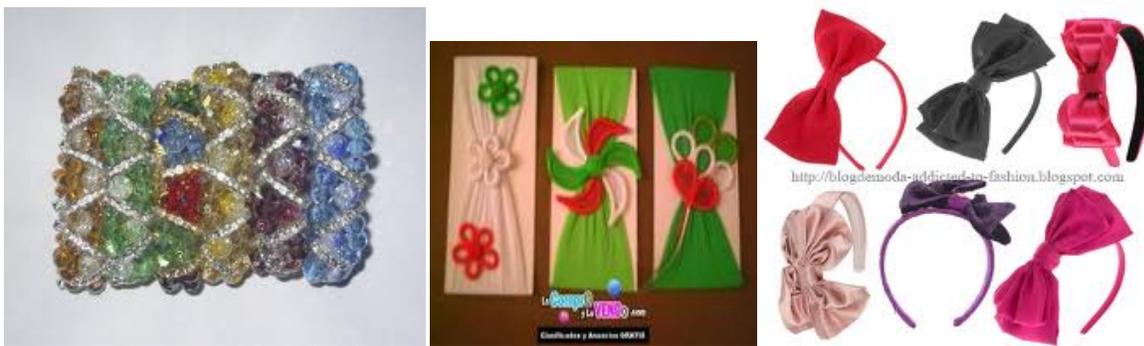


**Giro de la empresa:** comercial, nos dedicamos a la compra/venta de accesorios de moda.

**Actividad de la empresa:** compra y venta de productos de bisutería de mayoreo y menudeo. (Principalmente accesorios de moda y de novedad), los productos serán trasladados del D.F. hasta el municipio de Tlaxiaco Oaxaca, tendremos los proveedores con mejores precios y extenso surtido de productos.

**Descripción del producto:** los productos que se ofrecen son: pasadores, diademas, pulseras, anillos, aretes, collares, adornos para el cabello, bolsas, relojes, y lo más novedoso en bisutería. A continuación se muestran algunos de los productos que estaremos ofreciendo en "Fantasías Adri".

### "PRODUCTOS DE FANTASIAS ADRI"



### ANÁLISIS FODA:

A continuación muestro un cuadro en el cual analice las debilidades fortalezas, oportunidades y amenazas de "Fantasías Adri" y las posibilidades que tenemos y como aprovechar estos elementos para nuestro beneficio y crecimiento como empresa.

<p style="text-align: center;"><b>Factores internos</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Factores externos</b></p>	<p><b>fortalezas:</b></p> <p>Ofrecemos productos de calidad y aun bajo precio.</p> <p>Contamos con personal capacitado para atender a nuestros clientes.</p> <p>Ofrecemos los productos más recientes y novedosos antes que nadie.</p> <p>Y el servicio y la atención a nuestros clientes es la mejor.</p>	<p><b>Debilidades:</b></p> <p>Costos altos en el traslado de la mercancía, y se puede también retrasar la entrega de esta.</p> <p>Falta de organización.</p>
<p><b>Oportunidades:</b></p> <p>Alta demanda de productos de bisutería.</p> <p>Nuevos mercados.</p>	<p><b>FO:</b></p> <p>Ofrecer productos económicos.</p> <p>Consolidar la demanda existente.</p>	<p><b>DO:</b></p> <p>Buscar transporte mas económico.</p> <p>Organizarse bien para así adentrarse en los nuevos mercados.</p>
<p><b>Amenazas:</b></p> <p>Ingreso de nuevos competidores, o competidores foráneos.</p> <p>Productos sustitutos y más baratos.</p> <p>Productos chinos de menos calidad pero más accesibles.</p>	<p><b>FA:</b></p> <p>Ofrecer más surtido de productos.</p> <p>Ofrecer ofertas o descuentos para retener a los clientes.</p> <p>Dar el mejor servicio a los clientes.</p>	<p><b>DA:</b></p> <p>Buscar asesoría de marketing para dar a conocer la empresa y atraer más clientes.</p>

### **NATURALEZA DE LA EMPRESA.**

Actualmente cerca de donde se ubicara el negocio se encuentra un puesto informal que vende productos similares, pero ofrecen productos que no son de temporada y los precios son altos en comparación con nuestros precios. En general existen 2 negocios de venta de mayoreo que son nuestros principales competidores, y por menudeo existen 4 comercios con los cuales estaremos compitiendo por nuestros clientes, algo muy importante es que en lo único que no podríamos competir son en el precio ya que nuestros precios siempre serán más bajos que los de la competencia y no solo eso, si no que estaremos siempre ofreciendo productos de temporada.

Aunque no estaremos innovando algún producto, si estaremos ofreciendo siempre lo más actual en la moda, para que nuestros clientes se sientan satisfechos.

Actualmente la microempresa aun no cuenta con todo lo necesario para ponerse en marcha pero buscare el mejor financiamiento para desarrollar este proyecto lo que me permitirá tener todo el mobiliario para exhibir los productos, contaremos con una buena iluminación y poco a poco el surtido de productos será más extenso.

## **ORGANIZACIÓN.**

### **MISION:**

Ser la mejor empresa distribuidora de un gran surtido de productos de fantasía por mayoreo y menudeo, de buena calidad y aun buen precio en el municipio de Tlaxiaco Oaxaca.

### **VISIÓN:**

Ser una grande empresa, ofreciendo un extenso surtido de productos no solo en la comunidad si no en toda la región mixteca y posteriormente en todo el estado de Oaxaca.

### **VALORES:**

- Calidad humana
- Profesionalismo.
- Pasión por lo que hacemos.
- Respeto por los clientes.
- Responsabilidad en cada una de nuestras actividades.
- Confianza entre trabajadores.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2005/afcd-mpymem.htm>

## **OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.**

### **OBJETIVOS GENERALES:**

- Alcanzar las mayores ventas y dar un buen servicio a nuestros clientes. seremos la empresa líder en la comercialización de productos de fantasía y adornos para el cabello.

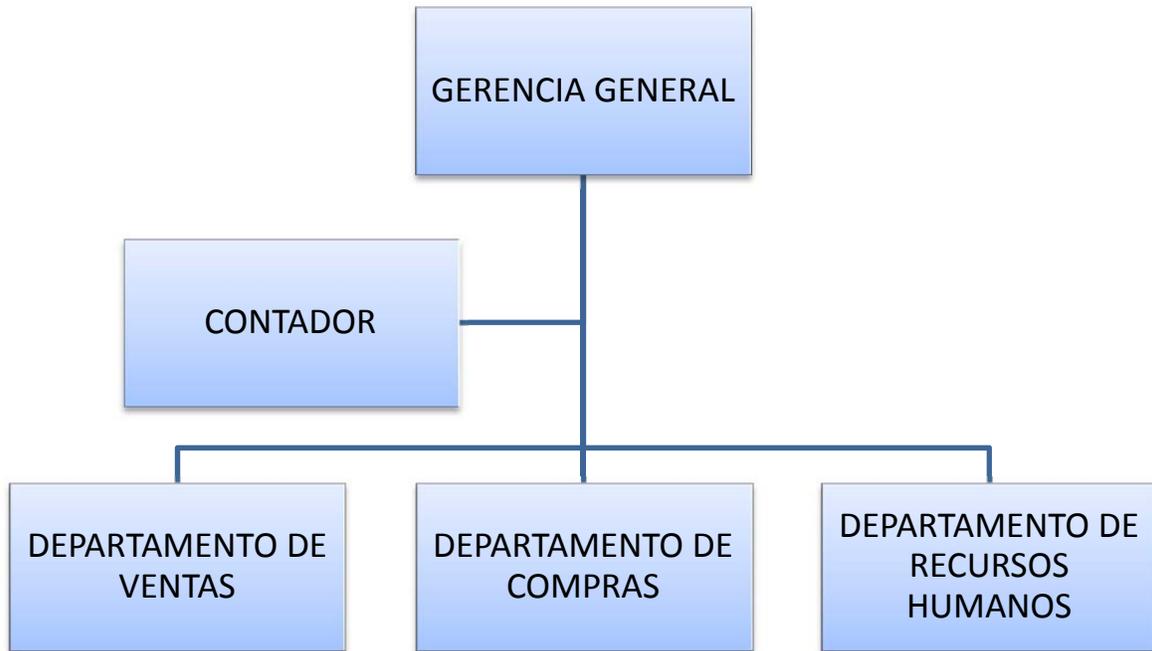
### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Contribuir al desarrollo económico de este municipio de Tlaxiaco Oaxaca.
- Tener al mejor personal y capacitado para dar el mejor servicio al cliente.
- Dar un servicio de calidad a los clientes.
- Estar informados de los productos de temporada.
- Siempre tener un extenso surtido de productos.
- Atender a nuestros clientes de la mejor manera, y si no encuentran el producto que buscan ofrecerle alguno que pueda satisfacer su necesidad.
- Ofrecer productos de calidad y a un buen precio lo que permitirá el beneficio del cliente y de la empresa.

## **ESTRUCTURA DE "FANTASIAS ADRI"**



### VISION A LARGO PLAZO:



El dueño de la empresa es quien llevara el control de las finanzas, el llevara la administración del negocio y se encargara de controlar todos los inventarios y de comprar la mercancía.

El área de contabilidad solo estar de apoyo y será de manera externa para así solo contratar cuando sea necesario y los gastos de pago sean menores.

Los vendedores se encargaran de relacionarse con los clientes y estarán a cargo del negocio en su horario de trabajo y se encargaran de registrar las ventas.

## **PERSONAL DE "FANTASIAS ADRI".**

### **JORNADA LABORAL:**

Se determinaron 2 horarios:

- De 9:00 a 18:00 horas. De lunes a viernes, tendrán una hora para salir a comer.
- De 9:00 a 18:00 horas. sábados y domingos, tendrán una hora para salir a comer.

Se manejan estas dos opciones para que al vendedor no se le haga difícil y tedioso el estar de lunes a domingo en un solo lugar es por eso que desarrollamos una estrategia para eliminar los tiempos de ocio. El personal que este de lunes a viernes no podrá estar sábados y domingos será un vendedor en cada horario.

### **PERFIL DE PUESTOS:**

Aquí definiremos para cada puesto los deberes y responsabilidades, estableciendo los requisitos mínimos que deben de cumplirse para ocupar cada uno de estos, tales como experiencia, escolaridad, entre otros criterios que se detallan en cada apartado correspondiente.

<b>PUESTO</b>	<b>VENDEDOR</b>
<b>RESPONSABILIDAD DEL PUESTO:</b>	El vendedor será responsable de los productos que estén a la venta. Debe tener cuidado con el dinero y hacer su corte de caja diariamente.  Control de los productos que se venden diariamente.

	Llegar temprano.
<b>FUNCIONES DEL PUESTO</b>	Ofrecer un buen servicio al cliente.  Mantener limpio el local.  Hacer el depósito de las ventas del día anterior.
<b>REQUISITOS MINIMOS</b>	
<b>EDUCACION</b>	Mínimo bachillerato.  Conocimientos básicos en computación.
<b>FORMACION</b>	Se le dará una inducción al principiar sus actividades en la organización.(anexo "A")  Actualización del programa de inventario.
<b>HABILIDADES</b>	Que sea capaz de vender los productos que ofrecemos.  Debe tener afición por las ventas.  Perspicaz, empático hacia el cliente para ver de qué manera puede vender su producto.  buen manejo de las relaciones interpersonales, sociabilidad alta,

	flexibilidad, simpatía,
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínimo haber trabajado en dos o 3 lugares en el mismo puesto.  Experiencia mínima de un año.

<b>PUESTO</b>	<b>CONTADOR</b>
<b>RESPONSABILIDAD DEL PUESTO:</b>	Será responsable de llevar en orden todo el proceso contable de la empresa y tenerla en tiempo y forma cuando se requiera.
<b>FUNCIONES DEL PUESTO</b>	Dirigir el proceso contable de la empresa, de tal forma que se cuente con información veraz y confiable. Elaboración y análisis de los estados financieros básicos y ajustes correspondientes. Responde por la elaboración y análisis de los estudios de costos de producción.
<b>REQUISITOS MINIMOS</b>	
<b>EDUCACION</b>	Licenciatura en contabilidad.  Titulado.
<b>FORMACION</b>	No será necesaria ya que es externo, solo se le dará la información necesaria de la empresa para los fines que convengan.

<b>HABILIDADES</b>	<p><b>HABILIDAD TECNOLÓGICA (ALTO)</b> Conocimiento, y destreza para manejar programas del Sistema Office: Word, Excel, PowerPoint; así como para el manejo de Internet intranet, entre otros, requeridos para la elaboración y presentación de informes, documentos internos y/o externos y todo aquello que sea requerido por su gestión.</p> <p><b>CÁLCULO Y ANÁLISIS (ALTO)</b> Habilidad y destrezas para el cálculo de costos de producción, su análisis y presentación.</p> <p><b>COSTOS DE PRODUCCIÓN TRIBUTARIA (ALTO)</b> Conocimiento teórico práctico en legislación tributaria.</p> <p><b>AUDITORIA BÁSICA (ALTO)</b> Conocimientos en gestión de auditoría básica en procedimientos administrativos directamente relacionados con el proceso contable.</p> <p><b>PLANIFICACIÓN Y CONTROL (ALTO)</b> Capacidad para determinar de forma eficaz, fases, etapas, metas y prioridades para la consecución de objetivos, a través del desarrollo de planes de acción, incluyendo los recursos necesarios y los sistemas de control.</p>
--------------------	--

<b>EXPERIENCIA</b>	Experiencia de 1 a 2 años en cargos equivalentes.
--------------------	---

## **SELECCIÓN DE PERSONAL.**

La selección de nuestro personal será realizada por la dueña de la empresa quien pedirá los siguientes requisitos a los aspirantes para el puesto y realizara las siguientes pruebas que a continuación se mencionan:

### **Requisitos:**

- Presentarse con solicitud elaborada ( de papelería no habrá una solicitud especial hecha por la empresa)
- Excelente presentación.
- Tiempo disponible para realizarle las pruebas.

### **PROCESO DE SELECCIÓN:**

1.- para comenzar la dueña de la empresa realizara una pequeña entrevista para conocer al aspirante y para verificar los datos de la solicitud de empleo, la entrevista tendrá una duración de 10 a 15 minutos como máximo.

2.- prueba psicológica: ( ANEXO I)se realizara un cuestionarios para saber que tan interesado es en su trabajo y como puede trabajar en equipo, ya que si es alguien desesperado y que no le gusta tratar con gente no podrá ser apto para el puesto sobre todo el de vendedor.

3.-se realizara una pequeña prueba de conocimientos específicos como es hacerla algunas preguntas de los conocimientos básicos en computación y hacer que realice alguna actividad en la computadora, se le pedirá que realice algunas operaciones básicas (suma, resta, multiplicación y división) para ver su nivel de agilidad para realizar cuentas ya que en un vendedor será algo básico ya que

estará a cargo de las el corte de caja y de entregar el efectivo correspondiente a las ventas de cada día.

4.- examen socio-económico (ANEXO J) para saber su posición económica y tener referencias crediticias. Ya que también es un respaldo para la empresa ya que en caso de alguna perdida en la tienda nos permitirá esta información saber las posibilidades de que el vendedor haya o no sido el responsable.

5.- ya que sea contratado el personal Se tendrá un control sobre el historial de cada trabajador el cual contendrá:

Nombre: \_\_\_\_\_

Título/Cargo: \_\_\_\_\_

Fecha de inicio de labores: \_\_\_\_\_

Fecha de la capacitación: \_\_\_\_\_

Fecha de vacaciones: \_\_\_\_\_

Resumen del puesto: \_\_\_\_\_

Responsabilidades:

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

10. Otras obligaciones asignadas.

Condiciones de trabajo: \_\_\_\_\_

Remuneración: \_\_\_\_\_

Prestaciones: \_\_\_\_\_

Sanciones: \_\_\_\_\_

Llamadas de atención: \_\_\_\_\_

Fin de la relación laboral: \_\_\_\_\_

Aparte contaremos con un expediente que contendrá una solicitud elaborada, copia de su acta de nacimiento, copia de CURP, copia de credencial de elector, dos cartas de recomendación, comprobante de domicilio.

### **EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO**

1.-Al trabajador que realice mas ventas, será estimulando con una cantidad, considerable. (Esto será cada mes)

2.- al trabajador que se desempeñe mejor durante su trabajo, al término del trimestre de trabajo. Se le asignara una pequeña despensa. (Canasta básica) o si es estudiante (un paquete de material escolar), también se dará un estímulo por asistencia y puntualidad.

### **CONTRATO DE TRABAJO:**

Se dice que existe una relación de trabajo cuando una persona realiza un trabajo personal subordinado a otra, mediante el pago de un salario. Un contrato de trabajo es el documento en virtud del cual una persona se obliga a prestar otra un trabajo personal subordinado, mediante el pago de un salario, es decir el documento en que se plasma el tipo de relación de trabajo que se establece entre en el empleador y el empleado(Art. 20 de la Ley Federal del Trabajo).

En México la Ley Federal del Trabajo obliga a todos los empleadores a elaborar un contrato de trabajo en por lo menos dos ejemplares, de los cuales quedará uno en poder de cada parte (Art. 24 de la Ley Federal del Trabajo). La falta del contrato por escrito no priva al trabajador de los derechos que deriven de las normas de trabajo y de los servicios prestados, pues se imputará el patrón la falta de esa formalidad (Art. 26 de la Ley Federal del Trabajo). De la misma manera la Ley establece que cuando no se hubiese determinado el servicio o servicios que deban prestarse, el trabajador quedará obligado a desempeñar el trabajo que sea compatible con sus fuerzas, aptitudes, estado o condición y que sea del mismo

género de los que formen el objeto de la empresa o establecimiento (Art. 27 de la Ley Federal del Trabajo).

El contrato deberá contener la siguiente estructura: Nombre, nacionalidad, edad, sexo, estado civil, domicilio del trabajador y del patrón; si la relación de trabajo es por obra o tiempo determinado o tiempo indeterminado; el servicio o servicios que deban prestarse, los que se determinarán con la mayor precisión posible; el lugar o los lugares donde debe prestarse el trabajo; la duración de la jornada; la forma y el monto del salario; el día y el lugar de pago del salario; la indicación de que el trabajador será capacitado o adiestrado en los términos de los planes y programas establecidos o que se establezcan en la empresa, conforme a lo dispuesto en esta Ley; y otras condiciones de trabajo, tales como días de descanso, vacaciones y demás que convengan al trabajador y el patrón. Además es conveniente señalar en el contrato que el trabajador se debe ajustar a las funciones y reglas que se señalen en un anexo y se debe incluir como anexo su reglamento interno y su descripción del puesto.

De acuerdo con la Ley son tres los tipos de contratos que se pueden elaborar:

- a) por tiempo determinado cuando existe una fecha clara en la que terminará el contrato
- b) por tiempo indeterminado cuando el contrato existirá en tanto exista la actividad que dio origen al mismo y
- c) por obra determinada: cuando se trate de realizar un producto o servicio específico. <sup>20</sup>

En "Fantasías Adri" el contrato que tendremos será un contrato indefinido" (ANEXO K).

---

<sup>20</sup> [http://www.conductitlan.net/psicologia\\_organizacional/contratos\\_de\\_trabajo.pdf](http://www.conductitlan.net/psicologia_organizacional/contratos_de_trabajo.pdf)

### **POLÍTICAS OPERATIVAS DE "FANTASIAS ADRI".**

- ❖ Capacitar a todo nuestro personal antes de entrar en actividades en "Fantasías Adri", la capacitación que se dará será acerca de la aplicación del programa de ASPEL.
- ❖ Todos los artículos deben de estar acomodados en el lugar que le correspondan, conforme llegue nueva mercancía será acomodada de manera inmediata.
- ❖ Lo primero que se realizara al entrar al local será el aseo y limpieza del mismo.
- ❖ En caso de que algún producto tenga algún defecto o que durante el transcurso del día sea deteriorado se tendrá que reportar con el dueño de la empresa de manera inmediata .de lo contrario se le cobrara al empleado.
- ❖ Se atenderá con amabilidad a los clientes y si no encuentran el producto que buscan se le darán algunas otras opciones para satisfacer su necesidad o en su defecto se pedirá la mercancía en el próximo pedido.
- ❖ Todo el personal portara una playera con el logotipo del negocio.
- ❖ A las vendedoras se les dará mercancía en préstamo para que sea modelada por ellas en horas de trabajo, para así dar una mejor presentación y para que los clientes vean como se ve la mercancía.

### **TABLA DE SUELDOS:**

<b>PUESTO</b>	<b>No.</b>	<b>INTEGRACIÓN</b>			<b>PRESUPUESTO</b>	
		Primer mes	Segundo mes	Tercer mes	SALARIO BASE (SEMANAL)	TOTAL (MENSUAL)
<b>vendedores</b>	2	1	1	-----	\$500.00	\$4000.00
<b>contador</b>	1	-----	-----	1		
<b>volanteros</b>	4	3	-----	1	\$300.00	\$1200.00

# INVESTIGACIÓN DE MERCADO.

---

## OBJETIVO DE MERCADOTECNIA:

Lo principales objetivo de la mercadotecnia de "Fantasías Adri" son los siguientes:

**A) Identificar mercados rentables en los que la incursión de la microempresa sea factible;** Luego de identificar las oportunidades de mercadotecnia, la mercadotecnia tiene como objetivo identificar mercados que por sus características (tamaño, ubicación, predisposición a satisfacer sus necesidades y/o deseos, capacidad económica, número de competidores, etc.) tengan altas probabilidades de ser rentables para la empresa, pero, considerando que la incursión y la permanencia sea factible, lo cual, depende de la capacidad financiera, de producción, distribución, etc.. **B) Lograr una buena participación en el mercado;** esto quiere decir, conseguir una buena "parte de las ventas", y en lo posible, lograr la parte más alta de estas ventas o el liderazgo en el mercado. Lograr este objetivo es muy importante porque ayuda, además de lograr buenos volúmenes de venta y de consolidarse en el mercado, a lograr una buena reputación ante los ojos de clientes, proveedores, competidores, etc., porque se transmite una imagen de que "algo se está haciendo bien" como para lograr que una buena parte del mercado esté adquiriendo el producto de la empresa en vez de otros de la competencia. **C) Lograr un crecimiento acorde a la realidad del mercado y al ciclo de vida del producto:** Uno de los principales objetivos de la mercadotecnia es lograr un crecimiento sostenido en las ventas (en unidades y valores). Dicho en otras palabras, lograr que la empresa venda más unidades y obtenga más ingresos económicos con relación a un periodo de tiempo anterior, Claro que debe considerarse que este objetivo de la mercadotecnia guarda estrecha relación con la realidad del mercado y con el ciclo de vida del producto (introducción, crecimiento, madurez y declinación) por lo que es recomendable comparar el crecimiento obtenido o que se desea obtener con el crecimiento real

del mercado. **D) Lograr utilidades o beneficios para la empresa:** Este es un objetivo crucial de la mercadotecnia porque todos los anteriores objetivos, si bien son importantes, no son suficientes como para olvidar que la empresa existe para obtener una utilidad o beneficio. Por tanto, la mercadotecnia de "Fantasías Adri" debe de estar consciente de que todos los objetivos que se puedan lograr, están condicionados al hecho de conseguir utilidades para la empresa, caso contrario, no habría un éxito real, sino un fracaso.

### LA COMPETENCIA.

COMPETIDOR	PRODUCTO	SERVICIO	VARIEDAD	CALIDAD	PRECIO	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO %
Fantasia 3 estrellas	Todo en bisutería (aretes, pulseras, anillos), adornos para el cabello (pinzas, diademas, donas etc.),	Rápido	Tiene variedad de productos pero no de temporada	Regular	barato	35%
Surtido "ramos"	Bisutería (anillos aretes) y algunos adornos para el cabello	Lento y poco amable	Poca variedad de productos aunque algunos si son de temporada	Regular	regular	15%

En fantasías "3 estrellas" Tendrá una variedad grande en productos pero siempre de temporada esto me da una ventaja ya que mi objetivo es tener productos de temporada que es lo que los clientes más demandan, alguna ventaja que tiene "3 estrellas" es que tienen un buen equipo de cómputo que es como manejan todas sus transacciones que les permite que se realicen más rápido, yo creo que "3

estrellas" es la competencia más fuerte a la que puedo enfrentarme ya que "ramos" no cuenta con estos servicios y sus precios son más elevados.

"Fantasías Adri" que es la microempresa que pienso desarrollar tratare de superar a mi competencia, pretende dar precios más bajos o por lo menos los mismos precios.

### **CLIENTES Y PRODUCTO.**

Par la empresa "Fantasías Adri" lo más importante son sus clientes, por lo tanto es fundamental satisfacer sus necesidades que es la de estar a la moda en todos sus accesorios, por lo que nosotros le aremos llegar los productos más novedosos y de temporada, lo cual permitirá que el cliente nos prefiera como empresa ya que estaremos brindando el mejor servicio y le ofreceremos los mejores precios del mercado.

"Fantasía Adri" es una empresa a la vanguardia y que ha identificado la necesidad principalmente de las mujeres de estar a la moda en todos los aspectos y que la empresa dará un plus a esa presencia de la mujer con todos los accesorios que se le ofrecerán para que así se sienta satisfecha con su presencia en todos sus eventos, ya que "Fantasías Adri" le dará el placer a la mujer de que en toda ocasión luzca de la mejor manera con sus accesorios de moda, ya que la mujer busca destacar ante los demás, ya sea en una fiesta de cualquier tipo, en una reunión importante, en una cita de trabajo, o simplemente en su vida diaria.

### **INFORMACIÓN DEL CLIENTE.**

Para que la empresa pueda ofrecer el mejor servicio a los clientes es necesario saber qué es lo que él quiere y desea para así satisfacer de la mejor manera sus necesidades. Y algunas de las cosas que necesitamos saber son las siguientes:

- ❖ El precio que el cliente está dispuesto a pagar por el producto.

- ❖ Si está satisfecho con los productos y que otros productos le gustaría encontrar.
- ❖ Cuantas veces a la semana comprar algún accesorio.
- ❖ Qué cantidad de dinero estaría dispuesto a gastar en una compra.
- ❖ Como le gustaría que estuviera arreglado el local.
- ❖ Saber en qué otros lugares compra accesorios y por qué.

### **ANALISIS DE MERCADO.**

Los principales clientes potenciales para "Fantasías Adri" son las mujeres, en una edad de 15 a 45 años natural pero a la vez una mujer seductora independiente y segura que se reafirmara a través de la moda con productos que encontrara en nuestra empresa.

Algunas de las razones por las que estas mujeres (clientes potenciales) decidirán comprar en nuestro negocio so:

- ❖ por nuestra imagen la cual será especialmente para ellas, será fresca y divertida y sobre todo acorde a nuestro tiempo y moda.
- ❖ diseño y decoración de nuestro establecimiento que la ara única y diferente a cualquier otra empresa en el municipio de Tlaxiaco Oaxaca, la cual también reflejara una personalidad propia.
- ❖ Los diferentes productos que ofreceremos los cuales en la moda seremos los primeros en ofrecerles los productos, contaremos con una gran variedad de productos los cuales se estarán renovando continuamente de acuerdo a la tendencia de la moda.
- ❖ Las políticas de precios ya que contaremos con los precios más bajos del mercado y descuentos especiales para mayoristas. Esta empresa estar dedicada para ellos que cuidan sus bolsillos.

La cantidad de clientes a la que la empresa se dedicara será aproximadamente un 50% en el comienzo de sus actividades, pero estaremos siempre mejorando para

superar ese porcentaje y ser la empresa líder en bisutería y accesorios de moda. Según la ubicación es muy probable que la demanda crezca ya que también aremos propaganda y publicidad para atraer a los clientes. Si la demanda crece sé que estaremos listos para satisfacer sus necesidades.

## **INVESTIGACIÓN DE MERCADO.**

El estudio de mercado es un método que me ayudara a conocer mis clientes potenciales. De manera que al saber cuáles son los gustos y preferencias de los clientes, así como su ubicación, clase social, educación y ocupación, entre otros aspectos, podre ofrecer los productos que ellos desean a un precio adecuado. Lo anterior me llevara a aumentar las ventas y a mantener la satisfacción de los clientes para lograr su preferencia.

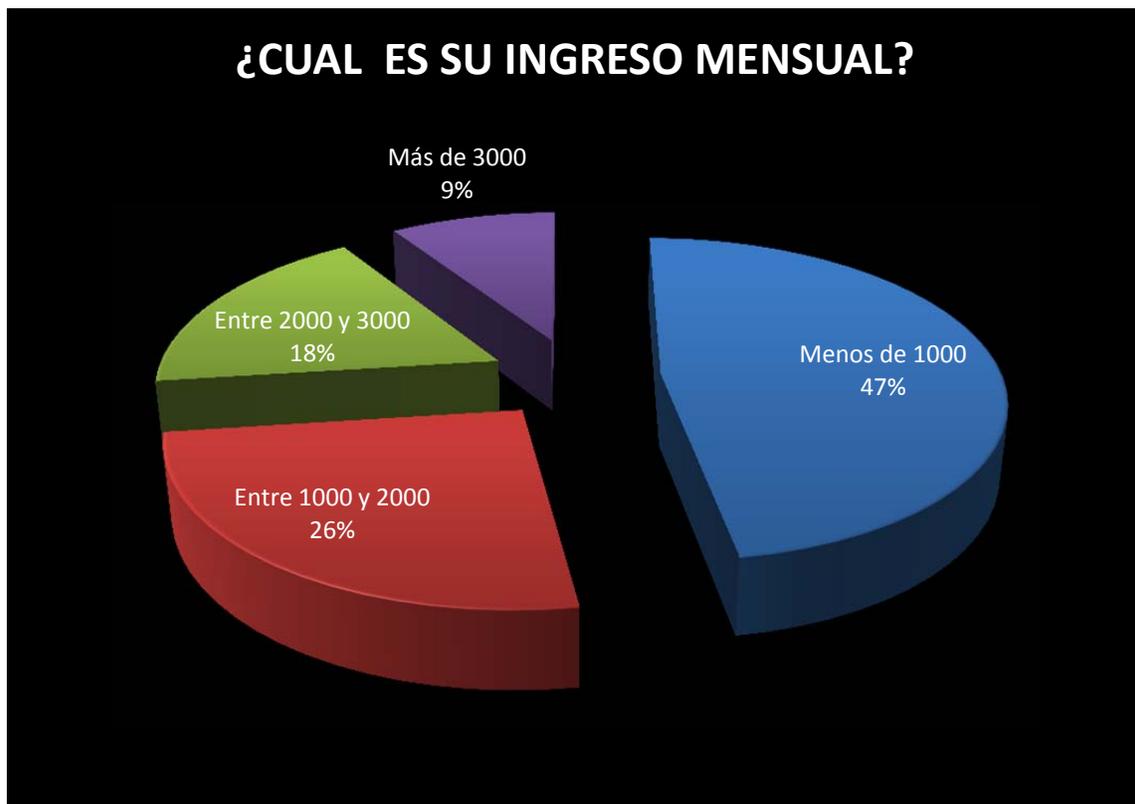
### **OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.**

Satisfacer las necesidades del cliente, ya sea mediante un bien que serán los accesorios de moda y bisutería, es decir, que el producto cumpla con los requerimientos y deseos exigidos por el cliente cuando sea utilizado.

Determinar el grado económico de éxito o fracaso que pueda tener mi empresa "Fantasías Adri" al momento de entrar a un nuevo mercado o al introducir un nuevo producto y, así, saber con mayor certeza las acciones que se deben tomar.

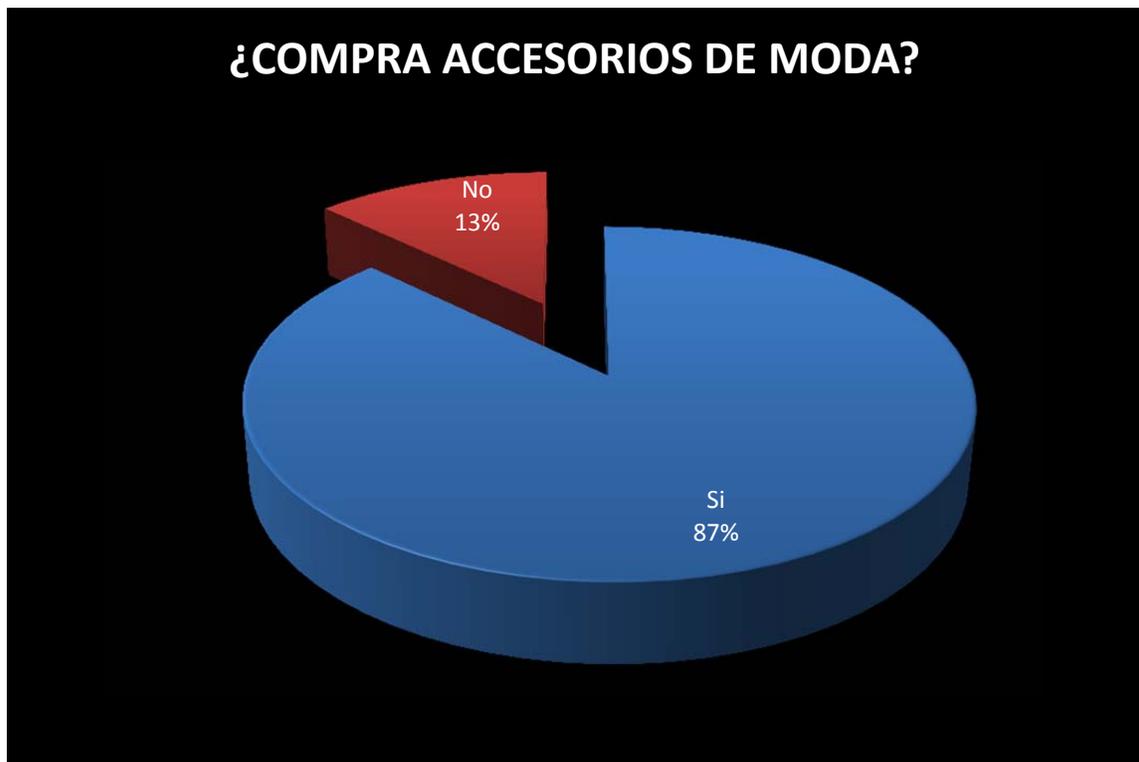
Ayudar al desarrollo de la microempresa, mediante la adecuada planeación, organización, dirección, control de los recursos y áreas que lo conforman, para que cubra las necesidades del mercado, en el tiempo oportuno.

## TABULACION DE RESULTADOS.



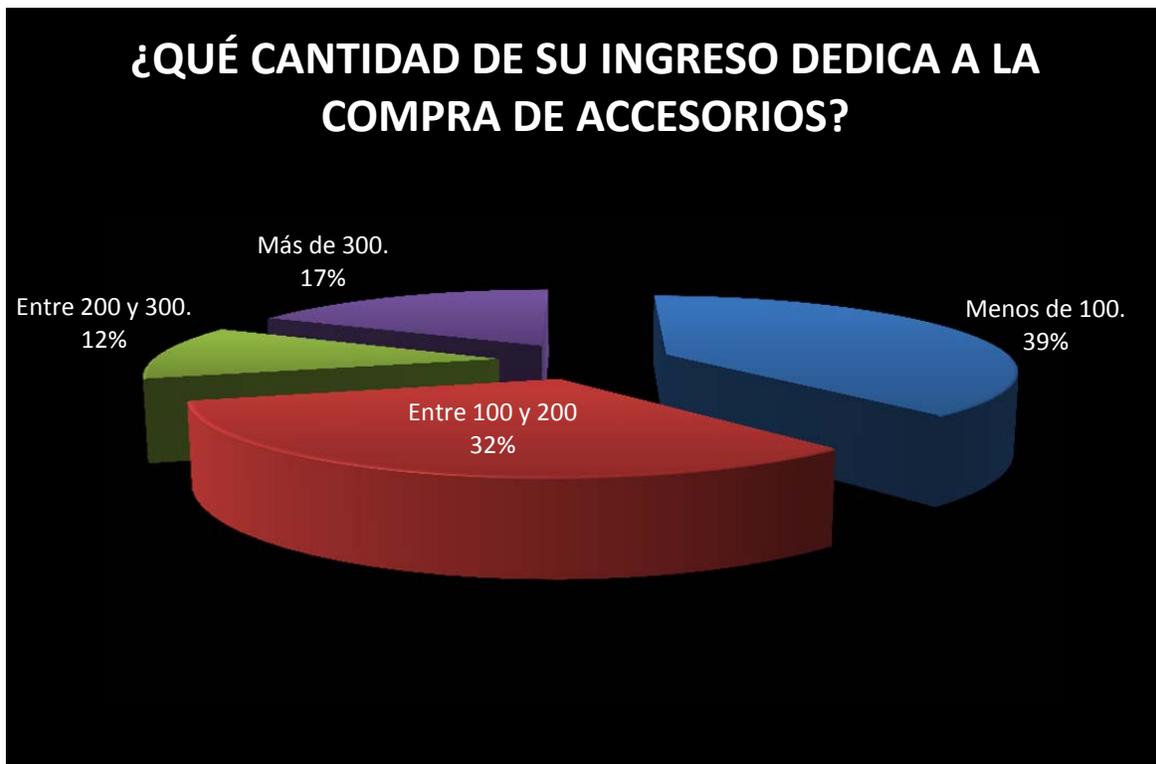
### Interpretación:

El 47% de las mujeres perciben un salario menor a \$1000 mensual, más de la mitad de los encuestados están en posibilidades de adquirir accesorios de moda.



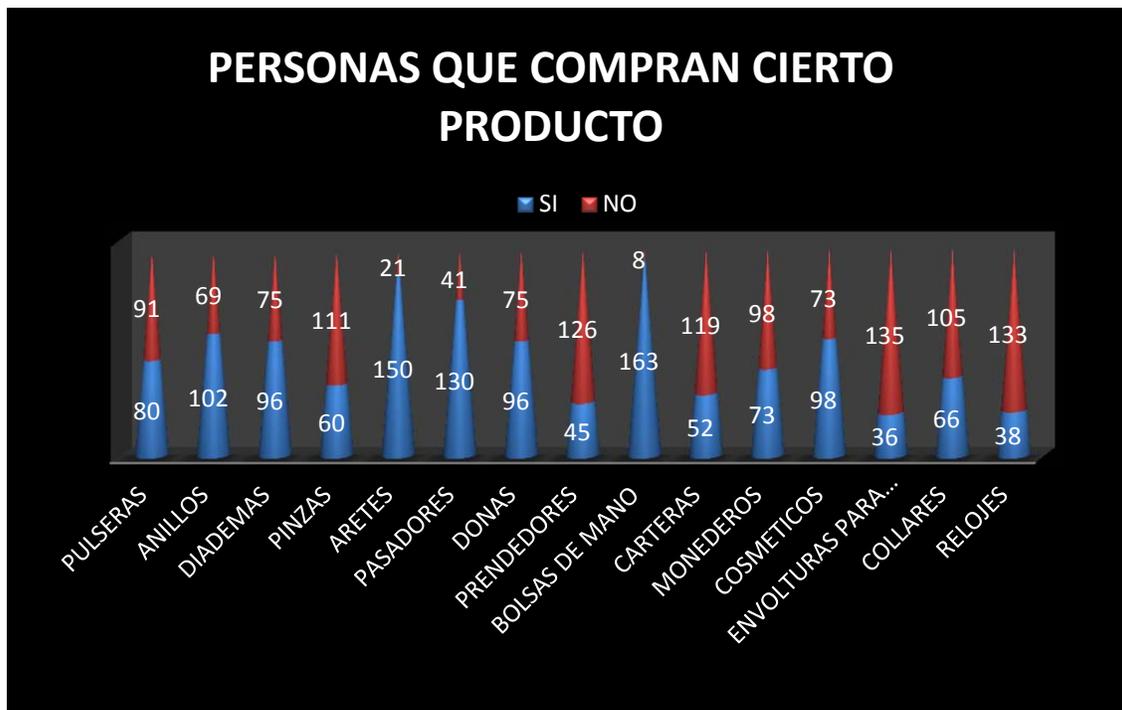
**Interpretación:**

En esta grafica observamos que la mayoría de las mujeres compran accesorios de moda, esto quiere decir que nuestro mercado potencial es de un 87% de mujeres en el cual estaremos enfocados para satisfacer de la mejor manera sus necesidades.



**Interpretación:**

La cantidad que las mujeres compran de accesorios de bisutería, es mayor a su ingreso mensual, esto quiere decir que las mujeres gastan en promedio entre \$100 y \$200 mensuales, las mujeres destinan de su ingreso una cantidad considerable en promedio que nos beneficiara en las ventas.

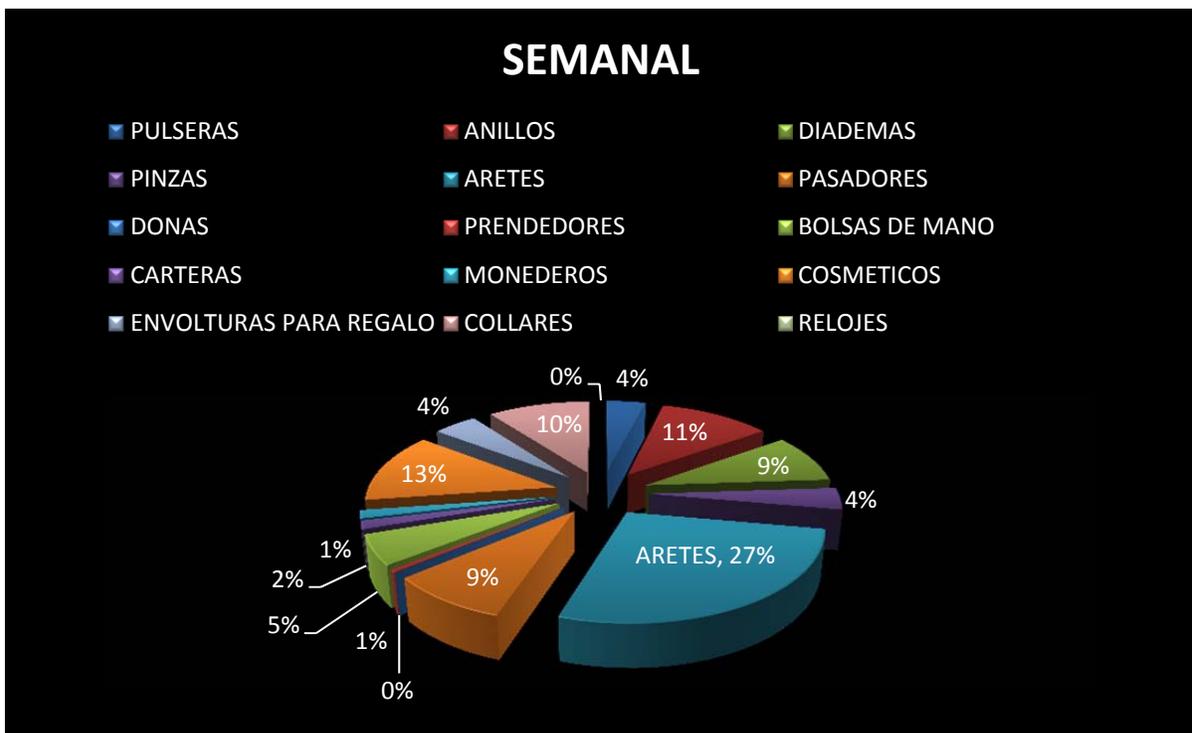
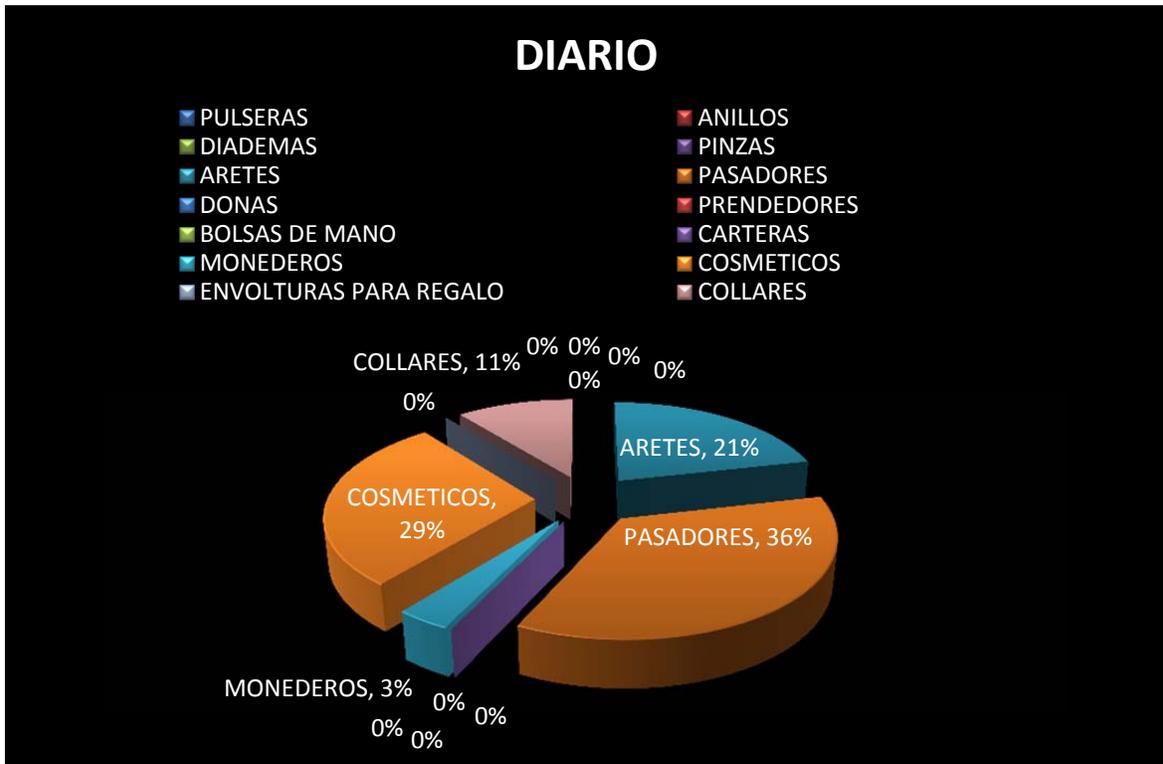


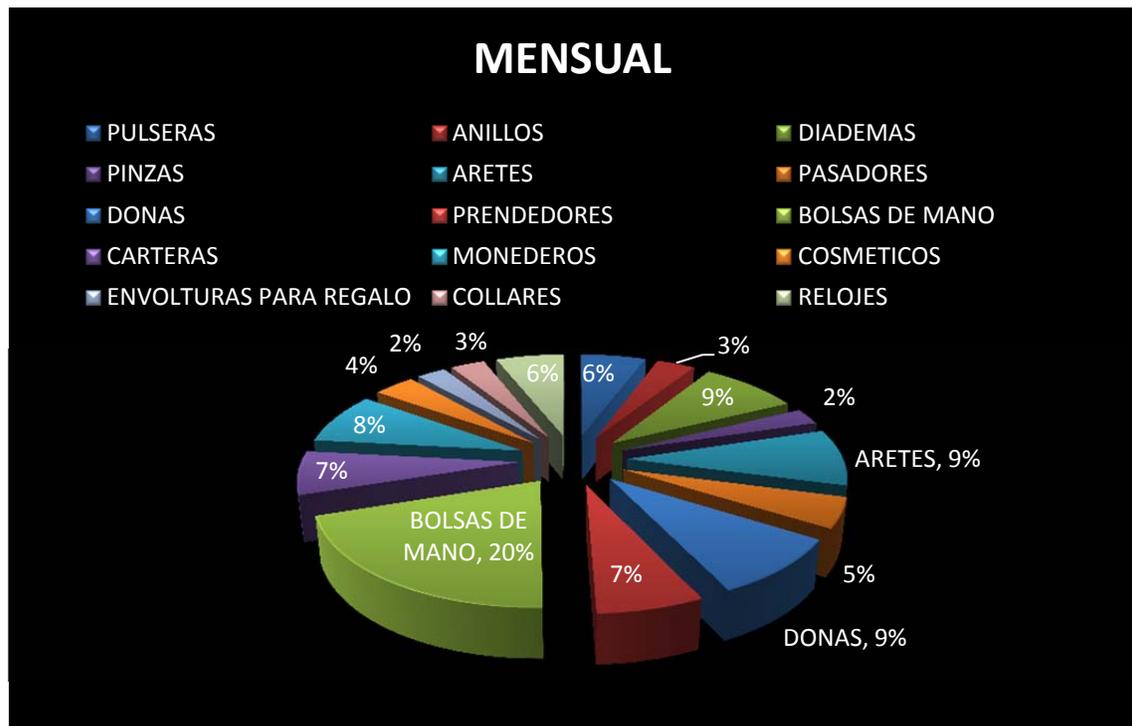
#### Interpretación:

El producto más demandado por las mujeres son: aretes, pasadores y bolsas de mano, estos resultados nos permiten saber que son productos que siempre debemos tener en existencia para así satisfacer la demanda que existe en el municipio.

Observamos también los productos menos vendidos que aunque son solicitados no tiene gran demanda que son: relojes, envolturas de regalo, y prendedores. Según comentarios de los clientes estos productos solo se demandan en ciertas temporadas.

### FRECUENCIA DE COMPRA.

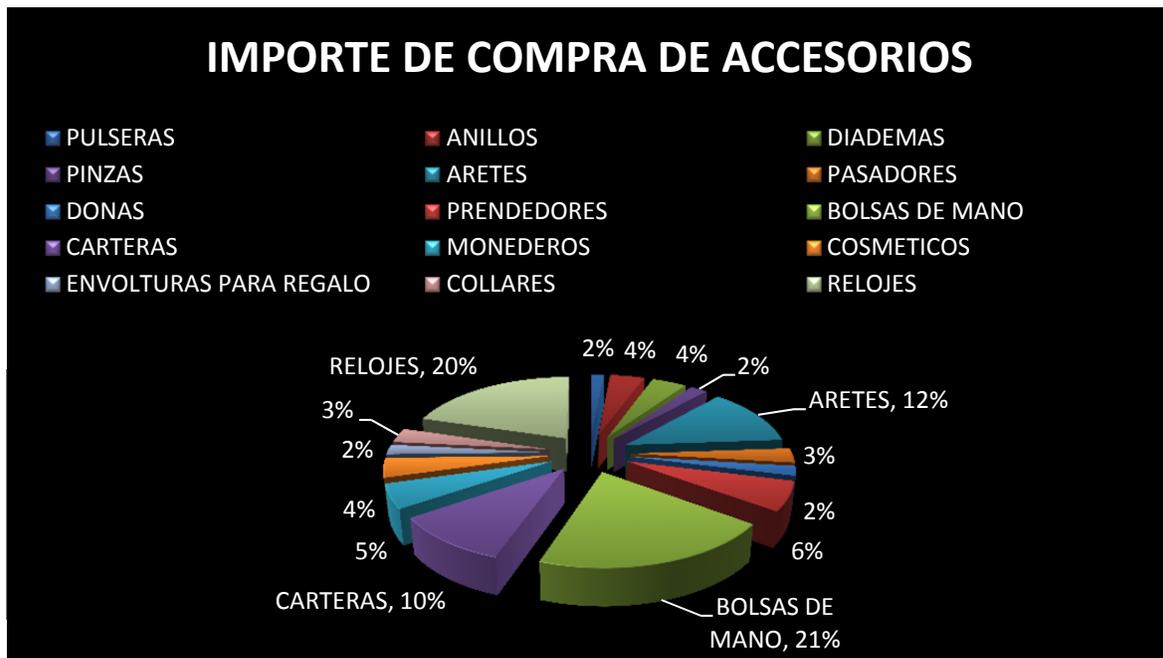




### Interpretación:

De acuerdo a las graficas anteriores de frecuencia de compra de accesorios de moda, observamos que los productos más vendidos en general son aretes y pasadores, así que será necesario tener siempre en existencia estos productos para así satisfacer a los clientes.

Las ventas que tendremos serán mayores en temporada de quincenas y fines de mes, ya que es cuando según los encuestados adquieren más productos de accesorios de moda. Los demás días aunque nuestras ventas serán menores seguiremos teniendo afluencia de clientes en el negocio.



### Interpretación:

En los productos que las mujeres más gastan es en aretes, bolsas de mano y relojes, estos dos últimos porque son productos más caros aunque en la demanda es baja.



**Interpretación:**

En donde los clientes perciben el precio más bajo es en puestos ubicados en las calles y solo un 37% de los encuestados considera un precio bajo en comercios establecidos, los que nos da la pauta para planear estratégicamente las labores de venta, publicidad y propaganda, para que los clientes asistien a nuestro local y se den cuenta de los precios que estaremos mejorando en comparación de la competencia.



**Interpretación:**

El 29 % de los encuestados respondieron que lo que más toman en cuenta para comprar algún accesorio de moda es el precio, por lo que tenemos que tener sumo cuidado en la fijación de los precios para que estos sean menores a los de la competencia y así atraer al mayor número de clientes.

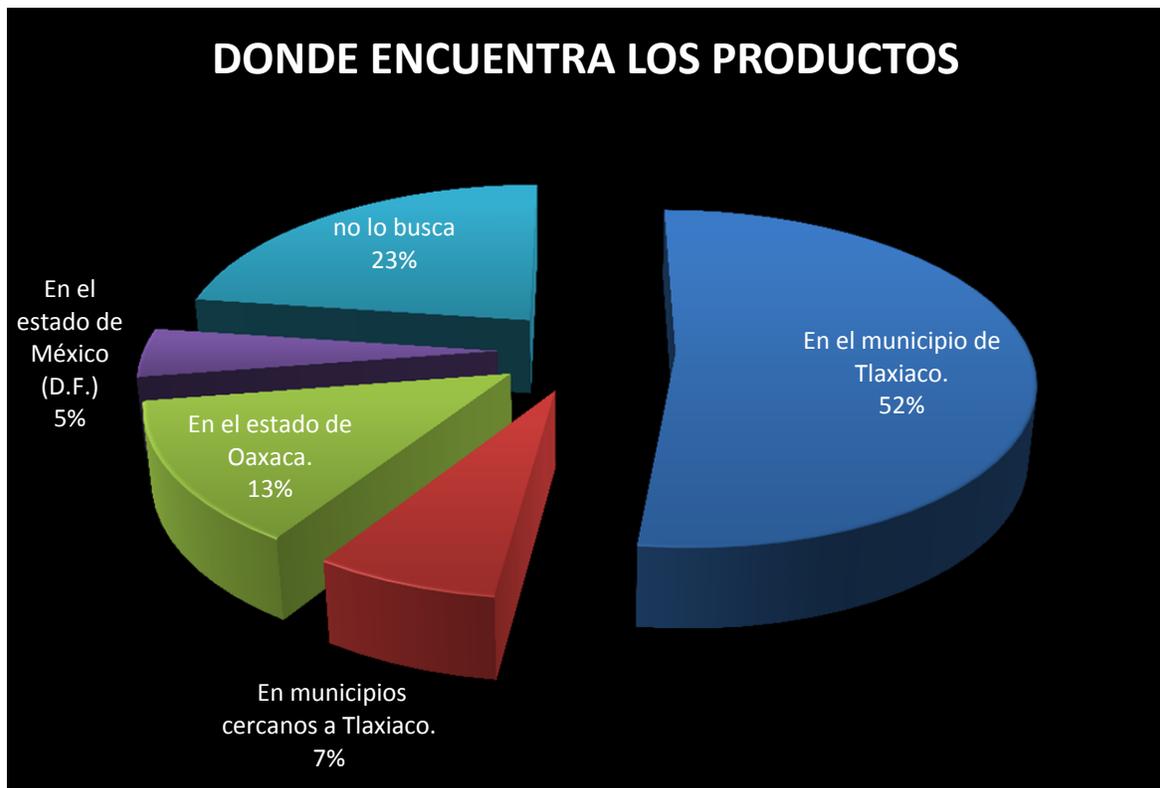
En segundo lugar el aspecto que debemos de cuidar es la calidad del producto ya que los clientes lo que desean es un producto de buena calidad pero que a la vez este sea económico.



**Interpretación:**

Las mujeres encuentran en un 40% siempre el producto que buscan, esto quiere decir que el resto de las mujeres tienen dificultades para encontrar el producto y por consecuencia poder satisfacer su necesidad.

"Fantasías Adri" debe tener en existencia todos sus productos para que satisfaga las necesidades de las mujeres al buscar algún producto, debe tener los productos desde el más demandado en mayores cantidades hasta el menos demandado aunque la existencia sea menos pero que el cliente siempre encuentre lo que busca.



#### **Interpretación:**

Las mujeres más de la mitad de ellas encuentran sus productos en el municipio de Tlaxiaco, es decir la competencia a la que "Fantasías Adri" se enfrentara esta satisfaciendo en un 52% las necesidades de las mujeres.

Cuando no encuentran el producto que buscan salen a conseguirlo fuera del municipio o simplemente no lo busca y según comentarios de las entrevistadas prefieren comprar algún producto que sustituya al otro. Por la tanto esta grafica da fuerza a la anterior determinando que el reto que tendrá el negocio es tener siempre en existencia productos, para que el cliente no tenga la necesidad de salir a buscarlos a otra parte y sentirse satisfecho con lo que se le ofrece en este negocio.



#### **Interpretación:**

De acuerdo a lo que las mujeres perciben la calidad de los productos que compran es buena por lo que "Fantasías Adri" tiene por lo menos tener mercancía con la misma calidad que la competencia, y aun mejor buscar productos que sean de mejor calidad y a un bajo costo para que así atraigamos a la mayoría de las mujeres a comprar en "Fantasías Adri".

Estableceremos algunas políticas para los proveedores para que así cumplamos con lo anterior, los proveedores tendrán que ofrecernos productos de calidad, y costos bajos para así satisfacer a nuestros clientes.



**Interpretación:**

El 96 % de las mujeres respondió que adquieren accesorios de moda por gusto, por lo que nos da una ventaja competitiva importante, ir descubriendo algunos de los gustos de los clientes para que los productos que ofrezcamos sean de agrado a las mujeres y adquieran en nuestro local.

También será importante tener productos de temporada y novedosos para atraer más clientes y no solo eso si no tener productos que la competencia no tenga o ser los primeros en tener los productos de moda, para que al primer lugar que vayan a buscar los productos sea a "Fantasías Adri"

## **FIJACIÓN DEL PRECIO.**

Todas las organizaciones con fines de lucro y muchas sin fines de lucro ponen precio a sus productos o servicios. Los precios tiene muchos nombres: Hay precios a todo nuestro alrededor. Pagamos renta, colegiatura por nuestra educación, honorarios a nuestro médico o dentista. Las líneas aéreas, ferrocarriles, taxis y camiones nos cobran un pasaje; las empresas de servicios como la luz y el teléfono llaman a sus precios tarifas; y el banco nos cobra intereses por el dinero que pedimos prestado. El precio de conducir un automóvil por algunas autopistas se llama cuota, y la empresa que asegura nuestro automóvil nos cobra una prima. El "precio de un ejecutivo es su sueldo, el precio de un vendedor podría ser una comisión y el precio de un trabajador es un salario. Por último aunque algunos economistas no estén de acuerdo, muchos de nosotros sentimos que los impuestos son el precio que pagamos por el privilegio de ganar de dinero.<sup>21</sup>

El precio es el elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos; los otros producen costos. El precio también es unos de los elementos más flexibles: se puede modificar rápidamente, a diferencia de las características de los productos y los compromisos con el canal.

Al mismo tiempo, la competencia de precios es el problema más grave que enfrentan las empresas. Pese a ello, muchas empresas no manejan bien la fijación de precios.

En "Fantasías Adri será muy importante fijar precios bajos ya que según los resultados que arrojaron las encuestas, las mujeres siempre buscan en un producto aparte de ser de su agrado que estén a un bajo costo para que tengan mayores posibilidades de adquirir algún accesorio de moda.

---

<sup>21</sup> <http://www.monografias.com/trabajos16/fijacion-precios/fijacion-precios.shtml>

<b>Costos fijos</b>	<b>Costo aproximado (mensual)</b>
Luz	\$ 300.00
Renta	\$4000.00
Pasajes y viáticos	\$700.00
Sueldos y salarios	\$ 14000.00
Agua	\$ 100.00
Total	\$19,100

<b>Costos variables</b>	<b>Costo aproximado</b>
Publicidad y propaganda	\$ 3000

En la siguiente tabla se muestra el precio de compra y el precio de venta que "Fantasías Adri" pretende ofrecer al público, este precio se estableció con base a los resultados obtenidos en las encuestas y en base a los de la competencia determinando así los precios más bajos del mercado.

<b>PRODUCTOS</b>	<b>PRECIO DE COMPRA</b>	<b>MARGEN DE UTILIDAD</b>	<b>MARGEN DE UTILIDAD (%)</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>
<b>DIADEMAS</b>				
ECONOMICAS	4.00	6.00	150	10
DE CRISTAL GRANDES	25.00	20.00	80	45
DE CRISTAL CHICAS	10.00	10.00	100	20

DE TELA (FLORES)	9.00	11.00	122	20
LENTEJUELA	5.00	10.00	200	15
VALERINAS	4.00	6.00	150	10
<b>ANILLOS</b>		-		
DE CRISTAL GRANDES	9.00	13.50	150	22.5
DE CRISTAL CHICOS	4.00	6.00	150	10
DE NIÑA	1.20	3.80	317	5
DE METAL (HOMBRE)	2.00	8.00	400	10
ECONOMICOS	1.20	3.80	317	5
<b>BOLSAS</b>		-		
DE TELA CHICAS	20.00	20.00	100	40
DE TELA MEDIANAS	35.00	35.00	100	70
DE TELA GRANDES	50.00	40.00	80	90
DE PIEL	70.00	60.00	86	130
MONEDEROS	10.00	10.00	100	20
CARTERAS (MODA)	20.00	30.00	150	50
<b>ARETES</b>		-		
DE CRISTAL GRANDES	30.00	25.00	83	55
DE CRISTAL CHICOS	20.00	20.00	100	40
ARRACADA DE CRISTAL	30.00	25.00	83	55
ARRACADA CON ADORNOS	8.00	12.00	150	20
ARRACADA DE METAL LISA	2.00	3.00	150	5
DE METAL NORMALES	8.00	12.00	150	20
CHICOS DE BOTON	8.00	22.00	275	30
DE MADERA	11.00	14.00	127	25
<b>COLLARES</b>		-		
DE MADERA	15.00	15.00	100	30
DE CRISTAL	50.00	40.00	80	90
DE METAL C/CRISTAL	15.00	20.00	133	35
PIEDRA NATURAL	25.00	35.00	140	60
<b>COSMETICOS</b>		-		
SOMBRA INDIVIDUAL	5.00	7.00	140	12
SOMBRAS CHICAS	15.00	15.00	100	30
SOMBRAS GRANDES	25.00	25.00	100	50
BARNIZ BISSU CHICO	4.50	4.00	89	8.5
BARNIZ BISSU GRANDE	7.50	7.50	100	15
BARNIZ ECONOMICO CHICO	1.80	3.20	178	5
BARNIZ ECONOMICO GRANDE	3.00	7.00	233	10
LABIALES	10.00	10.00	100	20
GLOSS	5.00	7.00	140	12
DELINEADORES	5.00	5.00	100	10
RIMEL	8.00	8.00	100	16

RUBOR	9.00	11.00	122	20
MAQUILLAJE EN POLVO	12.00	13.00	108	25
MAQUILLAJE LIQUIDO	15.00	15.00	100	30
<b>PULSERAS</b>		-		
DE CRISTAL	18.00	27.00	150	45
DE HILO	4.00	6.00	150	10
DE METAL ECONOMICAS	8.00	12.00	150	20
PLATA HINDU	40.00	35.00	88	75
<b>PINZAS</b>		-		
ECONOMICAS	4.00	6.00	150	10
CON CRISTAL	12.00	13.00	108	25
DE METAL	30.00	25.00	83	55
<b>BOLITAS PARA EL CABELLO</b>		-		
ECONOMICAS	2.00	3.00	150	5
PLASTICO	2.50	4.50	180	7
CON CRISTAL	3.50	4.50	129	8
<b>PASADORES</b>		-		
ECONOMICOS	1.00	2.00	200	3
CON CRISTAL DELGADOS	2.50	2.50	100	5
METAL CON CRISTAL	9.00	13.50	150	22.5
CRISTAL MEDIANOS	10.00	15.00	150	25
CRISTAL GRANDES	25.00	25.00	100	50
PARA NIÑA	2.00	3.00	150	5
CON LENTEJUELA	5.00	7.00	140	12
<b>PROMEDIO</b>	13.43	14.63	139.36	28.06

### **POLÍTICAS DE PRECIO:**

Es el conjunto de normas, criterios, lineamientos y acciones que se establecen para regular y fijar la cantidad de ingresos provenientes de la venta de bienes y/o servicios que produce el sector público a través de sus dependencias y entidades. Se considera también en esta política los topes máximos y mínimos de precios y tarifas que establece el Sector Público a los particulares, por los citados bienes y/o servicios que produce.

- ❖ Durante el primer mes de apertura por cada 100 pesos de compra se bonificara el 10% de la compra.
- ❖ Para mayoristas se dará precio especial para que también obtenga ganancias favorables.

- ❖ Se realizaran diferentes promociones en fechas especiales como 14 de febrero, 10 y 15 de mayo, 30 de abril, en julio en las clausuras, 16 de septiembre, 25 y 31 de diciembre y 6 de enero.
- ❖ Ofreceremos sistema de apartados a partir de \$100 de compra sin agregar algún interés con un tiempo máximo de 15 días para pagar.
- ❖ Realizaremos rifas en dos fechas que será el 14 de febrero y 25 de diciembre, ofreceremos de regalo algunos accesorios de moda (en un kit) y se dará premio únicamente a 1º, 2º y 3º lugar. Para obtener boletos para las rifas, se otorgaran a los clientes por cada \$50 de compra un boleto.

### **MARGEN DE UTILIDAD.**

Tanto para minoristas y mayoristas es imprescindible conocer los conceptos de margen de utilidad y rebaja. La empresa necesita obtener ganancias si quiere seguir en el negocio; de ahí que el porcentaje de margen de utilidad sea una consideración estratégica de capital importancia. Tanto el margen de utilidad como la rebaja lo expresemos en porcentajes.<sup>22</sup>

Ya que "Fantasías Adri" es una empresa la cual no producirá ningún producto solo se dedicara a comercializar diferentes productos en bisutería y accesorios de moda por lo cual los costos variables serán igual al costo de venta, y lo que busca esta empresa es obtener un margen de ganancia de minoristas el doble del costo de las ventas es decir; si un producto "x" su costo de venta es de \$10.00 la empresa pretende vender ese producto en \$20.00. Esta ganancia será la mínima ya que existen productos en que la ganancia será mayor por ejemplo, digamos que un par de aretes su costo es de \$4.00, entonces será vendido a un precio de \$10.00, en estos casos la ganancia no será solo el doble si no más.

Costos totales=costos variables por pieza + (costo fijo/venta esperada)

---

<sup>22</sup> <http://www.eumed.net/libros/2006a/cag2/10.htm>

Costos totales= \$16.00 + (19,100/1800 productos mensuales)

Costos totales= \$23.34

Suponiendo que se desea obtener un **margen de utilidad del 100%**

El margen establecido anteriormente es solo un promedio ya que en algunos productos obtenemos utilidades mayores hasta de un 300% como máximo y como mínimo ganaremos un 80% de utilidad, estas diferencias de márgenes de utilidad dependerán de los productos y el precio al que los compremos ya que los productos en temporada de introducción son más caros y conforme pasa la temporada el precio va bajando.

Un productos en promedio se vendería en \$48 (esto es un promedio ya que hay productos más baratos y otros con precios más elevados)

### **PUNTO DE EQUILIBRIO.**

El punto de equilibrio corresponde a la cantidad mínima en unidades que la empresa debe producir y vender para no ganar ni perder, quedar tablas; es decir sólo recupera lo invertido en la operación de la empresa más los costos incurridos por producción. A continuación le mostraremos una tabla para que obtenga su punto de equilibrio.

**Giro:** comercial.

**Actividad:** compra y venta de productos de moda y bisutería como micro empresa.

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>COSTO APROXIMADO (MENSUAL)</b>
<b>LUZ</b>	<b>\$ 300.00</b>
<b>RENTA</b>	<b>\$4000.00</b>
<b>PASAJES Y VIATICOS</b>	<b>\$700.00</b>
<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>	<b>\$ 14000.00</b>
<b>AGUA</b>	<b>\$ 100.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$19,100</b>

<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>COSTO APROXIMADO</b>
<b>PUBLICIDAD</b>	<b>\$ 3000</b>

Se tiene esperado vender en "Fantasías Adri" 60 productos al día (estos productos serán diferentes cada día y para los costos y precios es un promedio de todos los productos ya que sería muchos cálculos si lo hacemos por cada producto que vendemos).

Costo variable: se obtiene del total que es \$3000 dividido entre la cantidad de productos promedio que se estarán a la venta y son 187 aproximadamente.

Costos totales=costos variables por pieza + (costo fijo/venta esperada)

Costos totales= \$16.00 + (19,100/1800 productos mensuales)

Costos totales= \$23.34

Suponiendo que se desea obtener un margen de utilidad del 100%

Un productos en promedio se vendería en \$48 (esto es un promedio ya que hay productos más baratos y otros con precios más elevados)

El **punto de equilibrio** entonces quedaría de la siguiente manera:

Punto de equilibrio= costo fijo / (precio de venta- costo variable)

Punto de equilibrio= \$19,100 / (\$48.00 - \$16.00)

Punto de equilibrio= 597 productos mensuales.

Conclusión: el resultado nos da a entender que tendremos que vender 597 productos mensualmente para así no tener pérdidas pero tampoco utilidades, y el dinero tendremos que vender \$28,656.00 mensualmente.

## **PUBLICIDAD.**

La publicidad es "una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos. Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas). Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, desde los espectaculares a las playeras impresas y, en fechas más recientes, el internet" <sup>23</sup>

Los medios por los que "Fantasías Adri" dará a conocer sus productos serán:

**Volantes:** los que se mandaran a hacer por millar, en la imprenta el costo será de \$200.00 el millar y el precio incluye el machote (diseño del volante), estos volantes se pegaran y repartirán en el municipio de Tlaxiaco para dar a conocer la apertura del local y también se seguirán dando para atraer más clientes.

**Camión de publicidad:** o también llamado perifoneo en el municipio de Tlaxiaco Oaxaca existe un carro el que se dedica a dar publicidad a los negocios de este lugar con una bocina y a un alto volumen. Por lo que la gente siempre lo escucha y este carro recorre todas las calles del municipio durante todo el día.

El precio por anuncio durante un mes es de \$1200 y también incluye el diseño del anuncio. Este medio se utilizara para la apertura del negocio y en fechas especiales como son 14 de febrero, 10 y 15 de mayo, julio (clausuras en las escuelas), 15 y 16 de septiembre y diciembre.

---

<sup>23</sup> Del libro: Fundamentos de Marketing, 13a Edición, de Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, Mc Graw Hill, Pág. 569

## **PROMOCION DE VENTAS.**

La Promoción de Ventas consiste en promocionar un producto o servicio, a través del uso de incentivos o actividades destinadas a inducir al consumidor a decidirse por la compra.

Estos incentivos o actividades pueden estar conformados por ofertas, cupones, regalos, descuentos, sorteos, concursos, premios, muestras gratis, bonificaciones, etc.<sup>24</sup>

### **Ofertas**

Las ofertas consisten en propuestas especiales que le hacemos al consumidor, por ejemplo, la oferta de que el consumidor pueda llevarse dos productos por el precio de uno, que pueda llevarse un artículo gratis por la compra de otro, o que pueda al comprar un producto, adquirir el segundo a mitad de precio.

### **Cupones**

Los cupones consisten en vales o bonos que les dan al cliente que los posea, el derecho de ser cambiados, canjeados, o usados para lograr un beneficio.

### **Regalos.**

Los regalos consisten en obsequios que se les brinda a los clientes, por ejemplo, podemos enviarles obsequios a nuestros principales clientes en una fecha festiva, u obsequiarles un pequeño regalo por la compra de un determinado producto.

### **Descuentos.**

Descuentos consisten en reducciones del precio regular de un producto por un periodo de tiempo determinado, por ejemplo, podemos brindar descuentos por cantidad, en donde reducimos los precios a medida que nos compren en mayor cantidad, o podemos brindar descuentos por temporada, que consiste en reducir los precios de los productos que estén fuera de temporada.

---

<sup>24</sup> <http://www.crecenegocios.com/la-promocion-de-ventas/>

### **Sorteos.**

Consisten en actividades que proporcionan al consumidor la oportunidad de ganar algo, por ejemplo, por cada \$10 de consumo, otorgamos un cupón al cliente que le permita participar en un sorteo de un artefacto electrodoméstico.<sup>25</sup>

"Fantasías Adri" utilizara las siguientes promociones para que los clientes sean fieles al negocio y para atraer más clientes:

- Por apertura del local se ofrecerá un 10% de descuento en todos los productos.
- Se tendrán productos al 3x2, esto será en ocasiones especiales y serán solo algunos productos dependiendo precios y temporada de los productos.
- Daremos calendarios a fin de año a todos los clientes.
- Seremos patrocinadores de las playeras para la selección de futbol del municipio.
- Ofreceremos en la compra de \$100 de los productos, una bolsa de regalo con el logotipo de "Fantasías Adri".
- En ocasiones también ofreceremos algún curso o platica de maquillaje, uñas, o de accesorios de moda.
- En diciembre realizaremos rifas de productos de la tienda o alguna canasta navideña.

---

<sup>25</sup> <http://www.crecenegocios.com/la-promocion-de-ventas/>

## ESLOGAN Y LOGOTIPO.

A continuación mostraremos el mensaje publicitario que "Fantasías Adri" utilizara para motivar al cliente a comprar nuestros productos, e incluiremos una imagen que refleje la esencia de la empresa, que sea atractivo y que exponga cualidades de los productos, incluyendo el nombre.

Eslogan de "Fantasías Adri":

***"GUAPA Y DE MODA, SOLO CON FANTASIAS ADRI"***

LOGOTIPO:



## **PROVEEDORES.**

"Fantasías Adri" selecciono a los proveedores por medio de ciertos requisitos que determinamos para que estos cumplan con las necesidades de nuestra empresa.

Algunos de los requisitos son:

- Principalmente precios bajos.
- Calidad del producto.
- Descuentos por volumen de mercancía.
- Cambio de la mercancía en caso de estar dañada.
- Facilidades de pago
- Línea de crédito.
- Accesorios de temporada.

Se llevara un control de estos proveedores en una hoja de datos, en donde dependiendo las condiciones de compra se seleccionara el proveedor al que se le comprara en primer lugar según los beneficios que nos ofrezca.



### CONTROL DE COMPRAS.

La empresa necesita llevar un control de sus compras para tener una buena organización y administración de las mercancías, lo cual también nos permitirá ver el comportamiento de los proveedores, controlaremos también los aumentos de precio de los productos, y de los fletes.

El formato que se llevara para el control de las compras es el siguiente:

PROVEEDOR: _____																				
ORDEN DE COMPRA NUM. _____																				
<b>DATOS DEL PROVEEDORE:</b>																				
FECHA DEL PEDIDO: _____																				
FECHA DE ENTREGA: _____																				
TEL. Y FAX. _____																				
DIRECCION: _____																				
<table border="1"><thead><tr><th>CANTIDAD</th><th>CONCEPTO</th><th>PRECIO UNITARIO</th><th>IMPORTE</th></tr></thead><tbody><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td><b>SUB TOTAL</b></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td><b>IVA</b></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td><b>TOTAL</b></td><td></td></tr></tbody></table>	CANTIDAD	CONCEPTO	PRECIO UNITARIO	IMPORTE							<b>SUB TOTAL</b>				<b>IVA</b>				<b>TOTAL</b>	
CANTIDAD	CONCEPTO	PRECIO UNITARIO	IMPORTE																	
		<b>SUB TOTAL</b>																		
		<b>IVA</b>																		
		<b>TOTAL</b>																		

### **POLÍTICAS DE COMPRA.**

- No tener solo un proveedor.
- Antes de comprar revisar que los precios sean los mejores del mercado.
- Asegurar la seriedad y responsabilidad del proveedor.
- Que los proveedores ofrezcan un buen servicio.
- No comprar mercancía de más, pero siempre tener abastecimiento (solo lo necesario).
- Antes de comprar verificar las mercancías en existencia para eso se llevara el control de inventarios.

### **MANEJO DE INVENTARIOS.**

La gestión del inventario es una medida crítica utilizados por cada empresa. Si existe una mala gestión de inventario, se pueden dar lugar a importantes pérdidas financieras. Hay una serie de innovadoras soluciones de gestión de inventario de negocios que puede utilizar el propietario para mantener su inventario bajo control.<sup>26</sup>

El manejo de inventarios en el negocio será de gran ayuda ya que tendremos un control sobre las mercancías y así determinar los periodos de comprar y la cantidad necesaria para tener siempre existencia de los productos que los clientes demanden de manera continua, tendremos la mercancía en el monto y el momento adecuado, para así no tener mercancía estancada o dinero parado que podríamos utilizar en otras cosas.

Tomaremos en cuenta 4 reglas básicas para llevar el control de nuestros inventarios, que son los siguientes:

1. Revisar frecuentemente los niveles de existencia de mercancía. La frecuencia de revisión podríamos realizarla diariamente, semanal, mensual

---

<sup>26</sup> [http://www.articulosinformativos.com/Manejo\\_de\\_Inventario-a862351.html](http://www.articulosinformativos.com/Manejo_de_Inventario-a862351.html)

o anual esto dependerá del giro de la empresa y el movimiento de la mercancía, en este caso realizaremos esta revisión cada mes, que es cuando se realizaran las compras para surtirnos de nueva mercancía y productos de temporada.

2. Acomodar bien las mercancías. Tendremos un espacio determinado para almacenar la mercancía que estaremos sacando para exhibirla durante el mes. Aparte de que la mercancía para el cliente estará acomodada en exhibidores y vitrinas.
3. Acomodar la mercancía por tamaño o tipo. En el almacén tendremos la mercancía por tipo de artículos es decir pasadores, diademas, cosméticos, bolsas etc., y para los clientes de igual forma estará exhibida la mercancía por tipo de mercancías por ejemplo todas las pulseras en un solo lado ya sean estas de diferentes colores, tamaños y precio, pero siempre en un mismo lado para que observen el surtidos y variedad de los productos.
4. Llevar un registro de existencias de las mercancías que tenemos. Llevaremos este control por medio de tarjetas de almacén para así saber las entradas y salidas así como la existencia real de los productos. En casos donde los productos sean difíciles de contar se hará un cálculo solo con la información necesaria para llevar el control de ese producto. Es importante también que las tarjetas lleven la fecha en que entran los productos, para así determinar si algún producto se rezaga en las ventas ya que los nuevos productos sustituyen al que esta y tendrá que ponerse en oferta.

Con todo lo anterior podremos determinar por mes la cantidad de productos que se deben comprar y el tipo de los productos, aremos más énfasis en los productos que tengan más demanda por los clientes y es de los que más compraremos, por ejemplo según los resultados obtenidos en las encuestas observamos que el producto que más se vende sin importar la temporada son los aretes, esto quiere decir que de este producto siempre debemos tener en existencia y en almacén

para así siempre ofrecerle a nuestros clientes lo mejor y no detener las ventas por faltar algún productos.

Las compras se realizaran y se realizara un pronósticos de ventas cada mes para así saber cuánto tendremos que comprar de cada mercancía, tomaremos en cuenta la temporada y los eventos que se aproximen donde nuestros productos puedan ser demandados.

Las compras que se realicen se harán cuando tengamos productos para ofrecer durante una semana, no esperaremos que se terminen para volver a comprar.

Cabe mencionar que todos los registros mencionados anteriormente se llevaran en un programa especial de "control de inventarios", para hacer más ágil el trabajo y el registro utilizaremos el equipo de computo que tendremos, instalando programas especiales y actualizando la máquina para que se realicen las actividades con más rapidez.

## **FINANZAS**

Es la planeación de los recursos económicos para que su aplicación sea de la forma más óptima posible, además de investigar sobre las fuentes de financiamiento para la captación de recursos cuando la empresa tenga necesidades de los mismos, busca la reducción de la incertidumbre de la inversión, todo esto con la finalidad de obtener las máximas utilidades por acción o la rentabilidad de una empresa<sup>27</sup>

### **OBJETIVO DEL AREA DE FINANZAS.**

Planeación del crecimiento de la empresa, visualizando por anticipado sus requerimientos tanto táctica, como estratégicamente. Captar los recursos necesarios para la buena marcha de la empresa. Asignar dichos recursos conforme a los planes y proyectos. Promover el óptimo aprovechamiento de los recursos. Disminuir al máximo el riesgo o la incertidumbre de la inversión.

"Fantasías Adri" pretende para la apertura de la empresa obtener un financiamiento por medio de un préstamo bancario, en este caso analizando las ventajas y desventajas de cada financiamiento y las condiciones de pago de cada institución bancaria. La microempresa eligió para financiarse una caja popular establecida en el municipio de Tlaxiaco, esta institución de las establecidas en el municipio es la que cobra menos de intereses en comparación con las demás.

"CAJA UNIVERSAL" que es la institución en la que obtendremos el financiamiento, cobrara de intereses el 2% mensual, y el monto del préstamo será de \$40,000.00, dando mensualmente pagos de \$5,000.00 más los intereses.

Los requisitos para que nos proporcionen el préstamo son:

- Copia de la credencial de elector.

---

<sup>27</sup> Interpretación de Estados Financieros por A. Perdomo Moreno, Edit. IHS, 2ª. Edición.

- Original y copia del comprobante de domicilio.
- Una carta en la que se describa para que se necesita el préstamo.
- Documentos que avalen el pago del financiamiento ya sean escrituras de casa o factura de un coche.
- bien 5 avales, de los cuales solo 2 pueden ser familiares.

A continuación mostraremos una tabla de amortización de los pagos que se hacen para amortizar la deuda y que se aplica al cubrir los intereses y a reducir el importe de la deuda. Mostraremos el comportamiento de los pagos e interés, la deuda y el saldo.

FECHA DE LOS PAGOS	SALDO	AMORTIZACION DE CAPITAL	2% DE INTERES SOBRE SALDO	PAGO MENSUAL
<b>MONTO DE LA DEUDA</b>	<b>40,000.00</b>	-	-	-
PRIMER MES	35,000.00	5,000.00	800.00	5,800.00
SEGUNDO MES	30,000.00	5,000.00	700.00	5,700.00
TERCER MES	25,000.00	5,000.00	600.00	5,600.00
CUARTO MES	20,000.00	5,000.00	500.00	5,500.00
QUINTO MES	15,000.00	5,000.00	400.00	5,400.00
SEXTO MES	10,000.00	5,000.00	300.00	5,300.00
SEPTIMO MES	5,000.00	5,000.00	200.00	5,200.00
OCTAVO MES	-	5,000.00	100.00	5,100.00
<b>TOTALES</b>	-	<b>40,000.00</b>	<b>3,600.00</b>	<b>43,600.00</b>

Este financiamiento será la única fuente de dinero que tendrá "Fantasías Adri" y algunos de los usos que se le darán serán los siguientes:

- Compra de toda la mercancía, con un monto aproximado de \$20,000.00.
- Compra de una vitrina costo aproximado de \$2,500.00.
- Compra de exhibipanel y ganchos para exhibir la mercancía un costo de \$3,000.00
- Compra de triplay y armazones de metal para la mercancía \$2,000.00.
- Pago de la renta del local y un deposito \$8,000.00.
- Gastos de instalación de los exhibidores \$800.00.
- Gastos de fletes y acarreos \$600.00

Obteniendo como total de todos los usos \$33,900.00.

### **CALCULO DE ESTIMATIVOS DE GASTOS/COSTOS PARA INICIAR EL NEGOCIO.**

	<b>GASTOS/COSTOS INICIALES</b>	<b>GASTOS ESTIMADOS POR MES</b>
SALARIO DEL DUEÑO		10,000.00
OTROS SALARIOS		2,000.00
RENTA DEL LOCAL	8,000.00	4,000.00
PUBLICIDAD/ANUNCIOS	1,500.00	
ENTREGA/TRANSPORTE DE MERCANCIAS	700.00	500.00
LUZ		300.00
AGUA		100.00
INTERES DEL PRESTAMO	800.00	600.00
GASTOS DE INSTALACION	800.00	
ACCESORIOS PARA LA TIENDA	2,000.00	
<b>TOTAL DE COSTOS/GASTOS</b>	<b>13,800.00</b>	<b>17,500.00</b>

PROYECTO TERMINAL: "FANTASIAS ADRI"

ALUMNA: SANTIAGO LOPEZ ADRIANA OLIVA

**"FANTASIAS ADRI S.A. DE C.V."**  
**BALANCE GENERAL**

<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
Activo Circulante		Pasivo a corto plazo	
Caja	\$ 500.00	Proveedores	-----
Bancos	-----	Créditos bancarios	-----
Inversiones en valores	-----	Impuestos por pagar	-----
Clientes	-----	Acreedores diversos	-----
Publicidad y propaganda	1,500.00	Documentos por pagar	-----
Rentas pagadas por anticipado	8,000.00		
Inventarios (almacén)	23,000.00		
<b>TOTAL ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>\$33,000.00</b>	<b>TOTAL PASIVO A CORTO PLAZO</b>	
		Pasivo a largo plazo	
Activo Fijo		Préstamos bancarios	\$ 40,000.00
Terrenos	-----	Acreedores diversos	-----
Edificios	-----		
Maquinaria y equipo	-----	<b>TOTAL PASIVO A CORTO PLAZO</b>	<b>\$40,000.00</b>
Equipo de oficina	6,500.00	Créditos diferidos	
Equipo de transporte	---	Rentas recibidas por anticipado	-----
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>\$5,500.00</b>	Intereses cobrados por anticipado	-----
Activo Diferido		Anticipos de clientes	-----
Gastos de organización	-----	<b>TOTAL DE CRÉDITOS DIFERIDOS</b>	
Gastos de instalación	2,800.00	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$40,000.00</b>
Patentes y marcas	-----		
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>\$2, 800.00</b>	<b>CAPITAL CONTABLE O PATRIMONIO</b>	
		Capital social	1,300.00
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$41,300.00</b>	Resultado de ejercicios anteriores	-----
		Resultado del ejercicio	-----
		<b>TOTAL CAPITAL</b>	
		<b>TOTAL PASIVO + CAPITAL</b>	<b>\$41,300.00</b>

### **VALOR PRESENTE NETO.**

Es probablemente la técnica sofisticada de presupuesto de capital que se utiliza más comúnmente. La definición del valor presente neto es la siguiente:

VPN= valor presente de entradas de efectivo – inversión neta

Se encuentra restando la inversión neta de un proyecto del valor actual de los flujos de caja, que se descuenta de una tasa igual o mayor al costo de capital de la empresa. Si todos los flujos de caja tanto entradas como salidas de efectivo.

El criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo cuando se utiliza el valor presente neto es el siguiente: si el VPN es mayor o igual a cero aceptar el proyecto; ya que obtendrá un rendimiento igual o mayor a lo requerido, de otra manera rechazar el proyecto.

### **MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.**

La empresa "Fantasías Adri" se constituirá bajo el régimen legal de persona física, ya que todas las decisiones que se tomen en la organización serná responsabilidad total de la dueña del negocio (Adriana Oliva Santiago López)

En tanto, las personas físicas pueden solicitar su inscripción de la siguiente manera:

Ingresando a la página [www.sat.gob.mx](http://www.sat.gob.mx), seleccionando la opción "Preinscripción en el RFC".

Llenar el cuestionario electrónico para obtener una hoja previa y número de folio.

Acudir a cualquier módulo concluir su trámite, con la siguiente documentación con:

1. Identificación oficial vigente con fotografía y firma.
2. Acuse con el número de folio asignado.
3. Original del comprobante de domicilio fiscal.

Concluido el trámite, recibirás el RFC y la Guía de Obligaciones Fiscales.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> <http://eempreario.mx/centro-soluciones/cumple-tus-obligaciones-fiscales>

## ACTIVIDADES DE LAS PERSONAS FÍSICAS

Régimen fiscal	Actividad
<b>Arrendamiento de bienes inmuebles:</b>	Renta de bienes inmuebles
<b>Prestación de servicios:</b>	Abogados   Actores   Deportistas   Escritores   Ingenieros   Médicos y dentistas  Músicos   Otros servicios independientes
<b>Actividades comerciales:</b>	Vendedores ambulantes, en tianguis, en la vía pública o en mercados  Tortillerías  Talleres mecánicos  Imprentas   Restaurantes, fondas, cafeterías, cocinas económicas, cantinas, bares   Tiendas de abarrotes, misceláneas, minisúper   Escuelas, kínder, guarderías   Artesanos   Empresas Integradoras  Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo   Otras actividades comerciales o de servicios <sup>29</sup>

## ACTIVIDADES COMERCIALES

Usted puede tributar (de acuerdo al ingreso que estime que obtendrá en el año) en cualquiera de estos regímenes fiscales:

1.- En el régimen de las actividades empresariales, para quienes vayan a realizar

<sup>29</sup> [http://www.sat.gob.mx/sitio\\_internet/princ\\_fisc\\_p/131\\_12565.html](http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/princ_fisc_p/131_12565.html)

actividades comerciales, industriales, agrícolas, ganaderas, de pesca o silvícolas (no hay límite en los ingresos).

2.- En el régimen intermedio si realiza exclusivamente actividades empresariales y estima que sus ingresos brutos (ventas totales, incluyendo de bienes y servicios) no excederán de \$4'000,000.00.

3.- El régimen de pequeños contribuyentes, para aquellas personas que únicamente realicen operaciones con el público en general (es decir, que no proporcionen facturas a sus clientes en las que se desglose el IVA) y que estimen que sus ingresos brutos (ventas totales) más intereses del año no excederán de \$2'000,000.00.

### **RÉGIMEN DE PEQUEÑOS CONTRIBUYENTES**

Es un régimen opcional. En él pueden pagar sus impuestos las personas físicas que se dediquen al comercio, industria, transporte, actividades agropecuarias, ganaderas, siempre que estimen que sus ingresos o ventas no serán mayores a \$2'000,000.00 al año, además de no expedir facturas ni desglosar el IVA.

#### **Ciclo tributario del pequeño contribuyente**

1.- Lo primero que debe hacer es inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes, lo cual debe hacer ante la entidad federativa donde obtenga sus ingresos; si este servicio aún no se proporciona en la entidad, entonces debe hacerlo en el SAT.

#### **Cómo inscribirse o darse de alta en el RFC:**

2.- Una vez inscrito, debe expedir comprobantes simplificados (notas de venta) a sus clientes por las ventas de sus bienes o servicios.

3.- Debe presentar declaraciones de pago por los ingresos que obtiene y en algunos casos, declaraciones.

4.- Debe solicitar facturas cuando compre bienes nuevos para uso en el negocio y

su precio sea superior a \$2,000.00. Estos comprobantes deben contener el IVA desglosado y demás requisitos fiscales.

5.- En caso de tener trabajadores, cumplir con otras obligaciones.

Obligaciones a cumplir.

6.- Debe mantener actualizados sus datos en el RFC, para ello es necesario que informe de cualquier cambio relacionado con su nombre, domicilio y obligaciones fiscales que haya manifestado al inscribirse. Esto incluye, el aviso de suspensión de actividades, cuando deje de percibir ingresos por esta o cualquier otra actividad.

## **REGIMEN FISCAL**

Régimen de pequeños contribuyentes: es un régimen opcional para las personas físicas con mínimas obligaciones fiscales por cubrir.

### **Requisitos:**

- Ser persona física.
- Realizar actividades empresariales, es decir, comerciales, industriales, de autotransporte o agropecuarias.
- Vender los bienes o prestar los servicios únicamente al público en general.
- Haber tenido ingresos en el año anterior de hasta \$ 1,750,000 por las actividades citadas.
- Cuando inicien actividades y estimen que sus ingresos no excederán a \$ 1,750,000.

### **Obligaciones:**

- Solicitar su inscripción al Registro Federal de Contribuyentes RFC
- Presentar, a más tardar el 31 de marzo del año en que comiencen a realizar actividades, o bien dentro del primer mes siguiente al inicio de operaciones, el aviso de que han elegido la opción de tributar en este régimen.

- Conservar facturas, con todos los requisitos fiscales, por las compras de bienes nuevos de activo fijo, como computadoras o muebles que usen en su negocio, siempre que el precio sea superior a \$ 2,000.
- Llevar un libro en el que se registren sus ventas diarias.
- Entregar a sus clientes copias de las notas de venta y conservar originales de las mismas. Estas notas deberán reunir los siguientes requisitos:
  - Nombre de quien las expide.
  - Domicilio Fiscal.
  - RFC.
  - Número de Folio.
  - Lugar y fecha de expedición.
  - Importe total de la operación en número o en letra.
- Los contribuyentes que utilicen máquinas registradoras de comprobación fiscal podrán expedir, como comprobantes simplificados, la copia de los registros de auditoría, es decir, los tickets de dichas máquinas.
- A partir del año 2003 se presentará una declaración bimestral que tendrá carácter de definitiva, es decir, ya no se realizará cálculo anual.
- Efectuar la retención de sus trabajadores de manera mensual.
- Presentar a más tardar el 15 de febrero de cada año una declaración informativa de los ingresos obtenidos en el ejercicio anterior. Los contribuyentes que utilicen ,máquinas de comprobación fiscal quedarán liberados de presentar la declaración antes citada.

## CONCLUSIÓN.

El objetivo fundamental de la presente investigación es el analizar la puesta en marcha de una microempresa dedicada a la venta de accesorios de bisutería en el municipio de Tlaxiaco Oaxaca, en donde se analiza la factibilidad y viabilidad. La factibilidad es la posibilidad física de realizar los planes; mientras que la viabilidad es la posibilidad de obtener un resultado utilitario. Para determinar el primero, el grado factible de la empresa se ha analizado la posición del producto.

Durante el desarrollo del trabajo se realizaron encuestas a los posibles clientes que demostraron que los productos de bisutería y accesorios de moda tienen una gran demanda entre los pobladores y esto da como resultado que el proyecto sea rentable y así obtener ganancias favorables durante el comienzo y desarrollo de la micro empresa con grandes expectativas a crecer y expandirse, cumpliendo así con la misión de la empresa.

Con lo anterior se demuestra que la primera hipótesis planteada (**H1**) se afirma, ya que los factores que permitirán el éxito de "Fantasías Adri" dedicada a la venta de accesorios de bisutería son la diversidad de productos de temporada, la calidad del producto y precios bajos, ya que de acuerdo a las encuestas realizadas se puede concluir en esto.

Por tanto la segunda hipótesis planteada (**H2**) se confirma ya que los dos principales elementos que permitirán el desarrollo de "Fantasías Adri" según los resultados de las encuestas son el precio ya que un 29% de los encuestados mencionaron que es lo que influye en la compra de accesorios de bisutería y un 27% de los encuestados toman en cuenta la calidad. Estos dos elementos son los que obtuvieron mayor porcentaje de los elementos que pueden tomarse en cuenta para la compra de los productos.

Para esto, tomando en cuenta las características de los proveedores es lo que me permitirá dar precios bajos a los clientes y así satisfacer sus necesidades, para

que los accesorios de moda sean accesibles a los clientes y así no sea necesario que los adquieran fueran del municipio o con la competencia.

Finalmente la tercera hipótesis (**H3**) sobre la viabilidad de la microempresa es confirmada. Cabe mencionar que es viable para el lugar en donde se realizó el estudio, donde se tiene como mercado meta el municipio de Tlaxiaco Oaxaca y no se aplica para otros municipios ya que se tendría que realizar otro estudio de mercado por los factores que influyen.

Pude estimar ventas, ganancias y costos lo que me permitirá hacer un buen manejo de los recursos para así destinarlos adecuadamente.

Y con los resultados obtenidos en las encuestas observe que la frecuencia con la que los clientes compran accesorios de bisutería es alta ya que un 87% de los encuestados adquieren estos tipos de productos y con la frecuencia que los adquieren es, principalmente en quincena y fin de mes. Pude saber también cual será el producto estrella y en el cual pondré énfasis para el surtido y mejor precio que la competencia y ese producto son los aretes ya que un 90% de las mujeres adquieren aretes y la frecuencia es mayor que otros productos por que un 21% los adquiere diariamente, un 27% semanal, un 19% quincenal y un 13% mensual.

Lo que nos permitirá la penetración al mercado meta seleccionado serán los medios de comunicación que los clientes escuchan o ven con más frecuencia como son el anuncio en camiones de publicidad, que es el medio masivo de comunicación más oído por los pobladores de este municipio, y utilizando también un mensaje adecuado que pueda quedarse en la memoria de los clientes potenciales con el fin de que "Fantasías Adri" sea fácil de ubicar y de identificar en el mercado.

Para afirmar que este proyecto es rentable cabe mencionar que estime el tiempo de recuperación de la inversión inicial **TRI** el tiempo determinado es de 8 meses aproximadamente, tomando en cuenta que la inversión se obtendrá de un crédito donde los pagos serán fijos mensualmente. Esta inversión podrá recuperarse en

los 8 meses ya que por las ventas estimadas de \$28,656.00 aproximadamente durante cada mes, se calcula recuperar el monto de \$40,000.00 en este periodo. Tomando en cuenta costos y gastos.

Uno de los fines también involucrados en el trabajo es poder contribuir para ofrecer empleos directa o indirectamente, ya que toda organización con ente económica beneficia a la sociedad.

# ANEXOS

### **CUESTIONARIO PARA "FANTASIAS ADRI"**

Buenos días/tardes, mi nombre es Adriana oliva Santiago López y estoy haciendo un estudio de mercado para la empresa "FANTASIAS ADRI", ¿me quiere ayudar respondiendo un cuestionario? no le quito más de 10 minutos. Gracias.

Edad: \_\_\_\_\_ ocupación: \_\_\_\_\_

Ponga un "x" en la respuesta que elija.

#### **1.- ¿Cuál es su ingreso mensual?**

\_\_\_\_ Menos de 1000

\_\_\_\_ Entre 1000 y 2000

\_\_\_\_ Entre 2000 y 3000

\_\_\_\_ Más de 3000

#### **2.- ¿Compra accesorios de moda?**

Si \_\_\_\_\_ (pase a la siguiente pregunta)

No \_\_\_\_\_ (pase a la pregunta numero 13)

#### **3.- ¿Qué cantidad de su ingreso dedica a la compra de accesorios de moda mensualmente?**

\_\_\_\_ Menos de 100.

\_\_\_\_ Entre 100 y 200.

\_\_\_\_ Entre 200 y 300.

\_\_\_\_ Más de 300.

**4.- ¿compra usted accesorios de moda como son:**

PREGUNTA	COMPRA ACCESORIOS DE MODA COMO SON:		CON QUE FRECUENCIA COMPRA ACCESORIOS DE MODA.				QUE CANTIDAD COMPRA:
	SI	NO	DIARIO	SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	
PRODUCTO							
PULSERAS	( )	( )	( )	( )	( )	( )	
ANILLOS	( )	( )	( )	( )	( )	( )	
DIADEMAS	( )	( )	( )	( )	( )	( )	
PINZAS	( )	( )	( )	( )	( )	( )	
ARETES	( )	( )	( )	( )	( )	( )	
PASADORES	( )	( )	( )	( )	( )	( )	
DONAS	( )	( )	( )	( )	( )	( )	
PRENDEDORES	( )	( )	( )	( )	( )	( )	
BOLSAS DE MANO	( )	( )	( )	( )	( )	( )	
CARTERAS	( )	( )	( )	( )	( )	( )	
MONEDEROS	( )	( )	( )	( )	( )	( )	
COSMETICOS	( )	( )	( )	( )	( )	( )	
ENVOLTURAS PARA REGALO	( )	( )	( )	( )	( )	( )	
COLLARES	( )	( )	( )	( )	( )	( )	
RELOJES	( )	( )	( )	( )	( )	( )	
OTROS	( )	( )	( )	( )	( )	( )	

**5.- Dependiendo la temporada del año, ¿Qué accesorios son los que más compra?**

En primavera \_\_\_\_\_

En verano \_\_\_\_\_

En otoño \_\_\_\_\_

En invierno \_\_\_\_\_

**6.- ¿En qué lugares suele comprar estos productos?**

Lugar:	¿Cuál?	¿Por qué?	¿Con que frecuencia?	¿Cómo considera el precio?			
				Bajo	Regu.	Adecua.	Alto
Comercio establecido							
Puestos en la calle.							
Los sábados de plaza.							
Otros.							

**7.- ¿considera que los productos que compra son de moda?**

Si \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_ algunos \_\_\_\_\_

**8.- ¿Qué aspectos toma en cuenta para comprar producto?**

	<b>si</b>	<b>no</b>
<b>Precio</b>	( )	( )
<b>La presentación del producto</b>	( )	( )
<b>La utilidad</b>	( )	( )
<b>Que este a la moda</b>	( )	( )
<b>calidad</b>	( )	( )
<b>Otra</b>	¿Cuál?	

**9.- ¿Con que frecuencia encuentra los productos que busca?**

\_\_\_ Siempre.

\_\_\_ Casi siempre.

\_\_\_ Casi nunca.

\_\_\_ Nunca.

**10.- ¿si no encuentra el producto de su preferencia que hace?**

R \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**11.- ¿Dónde los encuentra?**

\_\_\_ En el municipio de Tlaxiaco.

\_\_\_ En municipios cercanos a Tlaxiaco.

\_\_\_ En el estado de Oaxaca.

\_\_\_ En el estado de México (D.F.)

\_\_\_\_ Otros      ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**12.- Considera que la calidad de los productos es:**

Buena \_\_\_\_\_ regular \_\_\_\_\_ mala \_\_\_\_\_

**11.- Que accesorios son los que le gustaría encontrar en un comercio:**

a) \_\_\_\_\_

b) \_\_\_\_\_

c) \_\_\_\_\_

**13.- ¿Por qué compra accesorios de moda?**

\_\_\_\_ Por gusto.

\_\_\_\_ Precio.

\_\_\_\_ Calidad.

OTRA \_\_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

El cuestionario ha terminado, le agradezco su tiempo y colaboración, toda la información que nos proporcione será de mucho interés para la mejora de la empresa "FANTASIAS ADRI".

## ○ **PRUEBA PSICOLÓGICA.**

¿Cómo es de importante para usted la necesidad de triunfar?

- a) Muy importante.
- b) Importante.
- c) No es algo en lo que piense demasiado.

¿Le entusiasma el tener que trabajar con miras a un plazo determinado?

- a) No, pero el trabajar con miras a un plazo es un mal necesario que la mayoría de nosotros tiene que soportar.
- b) No. Para mí el trabajar con miras a un plazo supone, en gran medida, una preocupación y prefiero marcarme mi propio ritmo.
- c) Sí, creo que trabajo bien bajo presión.

Está sentado en el coche en medio de un atasco. ¿Cuál de los siguientes sentimientos es probable que sienta con mayor intensidad?

- a) Enfado.
- b) Frustración.
- c) Aburrimiento.

Lea las siguientes afirmaciones y ordénelas del 1 al 4, siendo 1 aquella que dice más de usted, y 4 la que menos.

- a) Trato de emplear el lenguaje corporal adecuado cada vez que pido algo.
- b) Cuando pregunto algo, necesito dejar claros mis requerimientos y me mantengo firme al respecto.

c) Si se espera al momento adecuado para preguntar, se puede estar esperando eternamente.

d) Creo que está bien esperar al momento adecuado antes de preguntar.

Para cada uno de las siguientes afirmaciones, escoja un sólo número del 1 al 5 (puntuación de 1 para la afirmación que dice menos sobre usted, 5 para la que más, etc.).

a) Puedo ser implacable a la hora de conseguir lo que quiero.

5 4 3 2 1

b) Me resulta sencillo centrar mi atención en un tema durante largos periodos de tiempo.

5 4 3 2 1

c) La perfección es un ideal imposible.

5 4 3 2 1

d) Estaría dispuesto a abandonar mi afición preferida, a pesar de lo mucho que me gusta, si con ello alcanzase el éxito en la carrera profesional que he escogido.

5 4 3 2 1

## EXAMEN SOCIOECONÓMICO.

### I. GENERALES

Nombre:

Fecha y lugar de nacimiento:

Edad:

Dirección actual:

Municipio:

Estado:

No. Telefónico:

Teléfono Celular:

Estado civil: (marque con una X). Soltero ( ) Casado ( ) Divorciado ( )

Otro:\_\_\_\_\_.

Escolaridad:

Nombre del cónyuge:

No. de hijos:

### II. INGRESO FAMILIAR

¿Cuenta con empleo actual? Antigüedad:

(marque con una X). ( ) Sí ( ) No

Empresa en la que labora:

Puesto que ocupa:

Horario de trabajo:

No. de dependientes  
económicos:

Ingreso mensual neto:

Otros ingresos:

### III. Datos del cónyuge

Ocupación: Empresa donde labora:

Antigüedad: Ingreso mensual neto:

Otros ingresos: \$ \_\_\_\_\_.

Origen de sus otros ingresos: -----

### IV. DATOS ECONÓMICOS Características de la vivienda (marque con una X).

Tipo de vivienda: ( ) Departamento ( ) Casa habitación La vivienda que habita es:  
(marque con una X).

( ) Propia ( ) Rentada ( ) Familiar ( ) Prestada ( ) Otros

Señale como está conformada su vivienda: (marque con una X). ( ) Sala ( )  
Comedor ( ) Cocina Cuartos: ( 1 ) ( 2 ) ( 3 ) ( 4 ) ( 5 ) Baños: ( 1 ) ( 2 ) ( 3 ) ( 4 ) ( 5 )  
( ) Piscina ( ) Jardín ( ) Otros (Especifique):

\_\_\_\_\_.

Especifique con qué artículos cuenta y el estado en el que se encuentra:(marque con una X). (N) Nuevo (B) Buen Estado (D) Deteriorado  
(X) No Existe

Juego de Sala	(N) (B) (D) (X) (N)	Videgrabadora	(N) (B) (D) (X)
Juego de	(B) (D) (X) (N) (B)	Sistema de cable	(SI) (NO) (N) (B)
Comedor Estufa	(D) (X) (N) (B) (D)	Equipo de sonido	(D) (X) (N) (B) (D)
Refrigerador	(X) (N) (B) (D) (X)	Radio Grabadora	(X) (N) (B) (D) (X)
Computadora	(SI) (NO)	Aire	(N) (B) (D) (X)

Internet

Acondicionado

DVD

Televisión

(N) (B) (D) (X)

Microondas

(N) (B) (D) (X)

## VI. SERVICIOS

Especifique los servicios con los que cuenta su vivienda: (marque con una X).

Agua potable

( ) Sí ( ) No

Agua pozo propio

( ) Sí ( ) No

Energía Eléctrica

( ) Sí ( ) No

Pavimento

( ) Sí ( ) No

Fosa Séptica

( ) Sí ( ) No

Escarpa

( ) Sí ( ) No

Especifique la cantidad que gasta mensualmente en cada uno de los siguientes conceptos:

Alimentación

\$

( ) Renta ( ) Hipoteca

\$

Teléfono

\$

Luz

\$

convencional

Teléfono celular

\$

Agua

\$

Tarjetas de crédito

\$

Gas

\$

Transportación

\$

Diversiones

\$

Educación

\$

Salud

\$

Ahorro

Otros:

Especificar:

**CONTRATO DE TRABAJO (TIEMPO INDEFINIDO)**

En la ciudad de \_\_\_\_\_, a \_\_\_\_\_. de \_\_\_\_\_ de\_\_\_\_, los que suscriben el presente contrato: Por una parte el C. \_\_\_\_\_ representante legal de "FANTASIAS ADRI", en su carácter de Patrón, y por la otra la C. \_\_\_\_\_ en su carácter de Trabajador, en la calles de \_\_\_\_\_, Col. \_\_\_\_\_, de la ciudad de \_\_\_\_\_, hacemos constar que hemos celebrado un Contrato Individual de Trabajo por tiempo indeterminado que sujetamos al tenor de las siguientes declaraciones y clausulas:

**DECLARACIONES**

**PRIMERA.** Los contratantes se reconocen expresamente la personalidad con que se ostentan para todos los efectos legales a que hubiere lugar y convienen que en el cuerpo de este contrato en lo sucesivo se denominarán respectivamente "Patrón y "Trabajador".

**SEGUNDA.** El trabajador manifiesta bajo protesta de decir verdad que tiene la capacidad y los conocimientos necesarios para desempeñar el puesto de \_\_\_\_\_ y para tal efecto declara ser de nacionalidad \_\_\_\_\_, con una edad de \_\_\_\_ años, de sexo \_\_\_\_\_, con un estado civil: \_\_\_\_\_, de profesión \_\_\_\_\_ y con domicilio en \_\_\_\_\_.

**TERCERA.** El patrón por su parte declara ser de nacionalidad \_\_\_\_\_, con una edad \_\_\_\_ años, de sexo \_\_\_\_\_, con un estado civil \_\_\_\_\_, de profesión \_\_\_\_\_ y con domicilio en \_\_\_\_\_ y que está en uso de sus facultades legales teniendo la capacidad necesaria para celebrar el presente contrato de trabajo o en su caso LA EMPRESA "FANTASIAS ADRI" declara ser una persona fisica constituida de acuerdo con las leyes mexicanas ante el notario público número \_\_\_\_ del estado de \_\_\_\_\_ en fecha \_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_ . Teniendo la empresa como domicilio legal el ubicado en \_\_\_\_\_, de esta ciudad.

Ambas partes declaran que han convenido celebrar el presente contrato, sujetándose a las siguientes:

### **CLAÚSULAS**

#### **PRIMERA: SOBRE LA RELACIÓN DE TRABAJO**

Este contrato se celebra por tiempo indeterminado y no podrá modificarse, rescindirse o terminarse si no en los casos y condiciones especificados en la Ley Federal de Trabajo.

#### **SEGUNDA: SOBRE LOS SERVICIOS QUE PRESTARÁ EL TRABAJADOR**

El trabajador se obliga a desempeñar las funciones propias de \_\_\_\_\_ del establecimiento comercial, de acuerdo a las instrucciones que al efecto sean impartidas por el empleador. En especial deberá ocuparse de recaudar y rendir cuenta diaria del dinero proveniente de las ventas

El trabajador queda obligado a cumplir leal y correctamente con todos los deberes que le imponga este instrumento o aquéllos que se deriven de las funciones y cargo, debiendo ejecutar las instrucciones que se le confieran por sus superiores. Del mismo modo el trabajador se obliga a desempeñar en forma eficaz, las funciones y el cargo para el cual ha sido contratado, empleando para ello la mayor diligencia y dedicación.

#### **TERCERA: SOBRE EL LUGAR EN QUE DEBERÁN PRESTARSE LOS SERVICIOS.**

El trabajador se compromete a desempeñar las labores objeto de este contrato en el domicilio de la empresa ubicado en las calles \_\_\_\_\_, Col. \_\_\_\_\_, de la ciudad de \_\_\_\_\_.

#### **CUARTA: SOBRE LA DURACIÓN DE LA JORNADA**

La duración diaria de la jornada de trabajo será de ocho horas para la diurna, prohibiéndose expresamente al trabajador que labore tiempo extraordinario, salvo permiso previo del patrón.

#### **QUINTA: SOBRE EL SALARIO**

El trabajador percibirá un salario diario de: \$ \_\_\_\_\_. **El cuál será proporcionado los días 15 y último de cada mes para el caso de los**

**trabajadores operativos. En el caso de que el día de pago corresponda a uno señalado como descanso obligatorio el pago se realizará en el día hábil inmediato anterior. Realizándose el pago en su lugar de trabajo.**

**SEXTA: SOBRE LA CAPACITACIÓN**

El trabajador se compromete a participar en los cursos de capacitación y adiestramiento bajo las condiciones a que se refiera la fracción XV del artículo 132 y a las fracciones de la A a la X del artículo 153 de la Ley Federal del Trabajo. Será obligación de la empresa proveer la capacitación de acuerdo a los planes que autorice la Secretaría del Trabajo y Previsión Social

**SÉPTIMA. SOBRE LOS DÍAS DE DESCANSO**

El trabajador contratado tendrá dos días de descanso por cada cinco días de trabajo conviniéndose en que dichos días serán el domingo y sábado de cada semana, en la inteligencia de que si el trabajador llegase a trabajar los domingos o sábados tendrá derecho a que se le pague una prima de un 25% sobre su salario tabulado, esto en caso de quien trabaja toda la semana.

Se prohíbe expresamente al trabajador que labore los domingos y sábados, días festivos y descansos obligatorios, salvo permiso previo y por escrito del patrón.

Son días de descanso obligatorio el 1º de enero; 5 de febrero; 21 de marzo; el 1º de mayo; el 16 de septiembre; 20 de noviembre, el 25 de diciembre y el que determinen las leyes federales y locales electorales en el caso de elecciones ordinarias, para efectuar la jornada electoral.

**OCTAVA: SOBRE LAS VACACIONES**

Los trabajadores que tengan más de un año de servicios disfrutaran de un periodo anual de vacaciones pagadas de seis días laborables que se aumentará en dos días laborables hasta llegar a doce por cada año subsecuente de servicios, en la inteligencia de que a partir del quinto año se aumentará dicho periodo en dos días por cada cinco de servicios.

Se faculta expresamente al patrón para que determine el periodo de vacaciones que deberá disfrutar el trabajador de acuerdo con las necesidades de la empresa.

**NOVENA: SOBRE LA VIGENCIA**

El presente contrato se mantendrá vigente a partir de esta fecha, a partir de la cual se reconoce expresamente al trabajador su antigüedad en los servicios que presta.

**DECIMA: SOBRE LAS OBLIGACIONES Y RECISIÓN DEL CONTRATO**

Ambas partes declaran que conocen cuáles son las obligaciones que les imponen respectivamente al patrón el artículo 132 de la Ley de la materia y al trabajador el artículo 134 de la Ley Federal del Trabajo, en la inteligencia de que cualquier violación a las mismas será causal de rescisión de contrato con las consecuencias inherentes a dicha rescisión.

**DECIMO PRIMERA: SOBRE LA JURISDICCIÓN**

Para la interpretación y cumplimiento del presente contrato las partes se someten a las leyes vigentes en la ciudad de \_\_\_\_\_ sujetándose para el caso de cualquier controversia a la jurisdicción de los tribunales competentes de la Ciudad de Oaxaca, renunciando a cualquier otro fuero que pudiera corresponderles en razón de sus domicilios presentes o futuros.

**DECIMO SEGUNDA:** De las prohibiciones. El trabajador se obliga a no divulgar información confidencial relacionada con las actividades de la empresa a la cual tenga acceso con motivo de sus funciones, tales como las referidas a liquidaciones, promociones o montos de la recaudación

LEIDO que fue por ambas partes este contrato ante los testigos que también lo firman, e impuestos todos de su contenido y sabedores de las obligaciones que contraen, lo suscriben por duplicado en la ciudad y fecha ya señalados.

---

**TRABAJADOR**

---

**PATRÓN**

---

**TESTIGOS**

## BIBLIOGRAFÍA

- <http://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html>. (s.f.). Recuperado el 05 de 03 de 2011, de <http://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html>: <http://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html>
- *ARTICULOS*. (s.f.). Recuperado el 13 de 06 de 2011, de [http://www.articulosinformativos.com/Manejo\\_de\\_Inventario-a862351.html](http://www.articulosinformativos.com/Manejo_de_Inventario-a862351.html)
- *BANAMEX*. (s.f.). Recuperado el 22 de 05 de 2011, de [http://www.banamex.com/empresas/pyme/paquete\\_pyme.htm](http://www.banamex.com/empresas/pyme/paquete_pyme.htm)
- *BANORTE*. (s.f.). Recuperado el 19 de 05 de 2011, de [http://www.banorte.com/portal/banorte.portal?\\_nfpb=true&\\_pageLabel=pageBusiness&productId=305&sectionId=1166](http://www.banorte.com/portal/banorte.portal?_nfpb=true&_pageLabel=pageBusiness&productId=305&sectionId=1166)
- *BANORTES*. (s.f.). Recuperado el 19 de 05 de 2011, de [www.banorte.com/portal/banorte.portal?\\_nfpb=true](http://www.banorte.com/portal/banorte.portal?_nfpb=true)
- BRUCE, E. M. (13 EDICION). FUNDAMENTOS DE MARKETING. MC GRAW HILL.
- *CREACION DE MICROEMPRESAS*. (s.f.). Recuperado el 18 de 04 de 2011, de [http://www.creacionempresas.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=737&Itemid=787](http://www.creacionempresas.com/index.php?option=com_content&task=view&id=737&Itemid=787)
- *EMPRESARIO*. (s.f.). Recuperado el 18 de 06 de 2011, de <http://elempleado.mx/centro-soluciones/cumple-tus-obligaciones-fiscales>
- *FICEN*. (s.f.). Recuperado el 28 de 05 de 2011, de <http://www.ficen.com.mx/ProdPYME.asp>
- fleitman, j. (2000). *negocios exitosos*. mac gran hill interamericana editores.
- *FONDO PYME*. (s.f.). Recuperado el 18 de 05 de 2011, de [http://www.fondopyme.gob.mx/2010/descripcion.asp?Cat\\_Id=1&prog=1](http://www.fondopyme.gob.mx/2010/descripcion.asp?Cat_Id=1&prog=1)
- *IR PYME*. (s.f.). Recuperado el 20 de 05 de 2011, de <http://www.hirpyme.com/solicitud.html>

- *mexico aprende*. (s.f.). Recuperado el 20 de 02 de 2011, de [http://www.mexicoaprende.org.mx/index.php?option=com\\_content&task=view](http://www.mexicoaprende.org.mx/index.php?option=com_content&task=view)
- *MONOGRAFIAS*. (s.f.). Recuperado el 02 de 06 de 2011, de <http://www.monografias.com/trabajos16/fijacion-precios/fijacion-precios.shtml>
- MORENO, A. P. ( 2° DICION). *INTERPRETACION DE ESTADOS FINANCIEROS*. IHS.
- *NAFIN*. (s.f.). Recuperado el 18 de 05 de 2011, de [www.nafin.com](http://www.nafin.com)
- *NEGOCIOS*. (s.f.). Recuperado el 12 de 06 de 2011, de <http://www.crecenegocios.com/la-promocion-de-ventas/>
- *PROMONEGOCIOS*. (s.f.). Recuperado el 05 de 03 de 2011, de <http://www.promonegocios.net/empresa/pequeña-empresa.html>
- *SAT*. (s.f.). Recuperado el 22 de 06 de 2011, de [http://www.sat.gob.mx/sitio\\_internet/princ\\_fisc\\_p/131\\_12565.html](http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/princ_fisc_p/131_12565.html)
- *SOFON*. (s.f.). Recuperado el 20 de 05 de 2011, de <http://www.emprendedoresofom.com/home/personas-fisicas>