



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA
"Iztapalapa"
División de Ciencias Sociales y Humanidades

SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

*Comercialización
de Joyería de plata*

Leticia Mondragón Colín


Asesor: Guillermo Garduño Valero

Abril del 2000

Comercialización de Joyería de plata

AGRADECIMIENTO

Sería muy largo nombrar a todos aquellos amigos, familiares, compañeros de trabajo y de escuela quienes se tomaron la molestia de brindarme su ayuda para la realización de este proyecto. Les agradezco infinitamente su apoyo y confianza.

Hago una mención especial a mi madre, quién sin su ejemplo para salir adelante, no habría tenido la motivación necesaria para lograrlo.

A todos y a cada uno de ellos. ¡Gracias!

I N D I C E

INTRODUCCIÓN.	1
CAPITULO I	
Antecedentes Históricos de la plata en México.	2
Difusión de la técnica de fundición.	6
Productos y herramientas básicas.	10
Mano de obra abundante	10
Datos de producción mundial	12
Consumo de plata en México.	12
Usos múltiples de la plata	13
En la fotografía.	13
En la joyería.	13
Usos médicos.	13
En la odontología.	14
CAPITULO II	
Cómo se fabrica una pieza de plata.	15
Pasos a seguir.	15
CAPITULO III	
Descripción de la empresa.	18
Misión.	18
Objetivos.	18
CAPITULO IV	
Selección de proveedores.	19
Mapa de la ciudad de Taxco.	20
Método de ponderación para la selección de proveedores.	21
CAPITULO V	
Estudio de Mercado.	22
Determinación del Problema.	22
Diseño de la investigación.	22
Determinación del producto.	26

Determinación de Precios.	30
Identificación del cliente en potencia.	30
Demanda estimada del producto	30
Determinación de la competencia.	34
Tianguis.	34
Tiendas Exclusivas	35
Identificación de Precios básicos alternativos.	35
Cálculo del precio neto del fabricante.	36
Estimación de costos.	36
Cálculo de la utilidad esperada.	37
CAPITULO VI	
Oferta del producto.	39
Formas de ofrecer el producto.	39
Catálogos.	39
Ventajas y desventajas del manejo de catálogos.	39
Muestrario.	41
Estilos de muestrarios.	41
Ventajas y desventajas.	42
Demostraciones.	42
CAPITULO VII	
Comercialización de la mercancía	44
Comisionistas	44
Promociones.	44
Forma de pago.	45
Entrega de la mercancía	45
Distribución Física	45
CONCLUSIONES.	46
BIBLIOGRAFIA.	47
ANEXO (Catálogo de Joyería de Plata)	48

INTRODUCCIÓN.

Desde tiempos inmemoriales el ser humano ha buscado aumentar su belleza física de muchas formas, convirtiéndose en una necesidad a satisfacer. Una de ellas ha sido el uso de joyas que han servido para destacar o marcar ya sea el nivel social y el económico, o el cultural, es decir, ha permitido crear una imagen de innovación, de elegancia, de protesta e identificación, convirtiéndose así en una forma de manifestación de la personalidad del individuo y del ámbito en el que se desenvuelve.

Siendo que México ha sido por años el principal productor de plata en el mundo, ha derivado que en nuestro país se haya creado un trabajo artesanal en joyería de plata que ha sido heredado de nuestros ancestros, ya que hasta la fecha se siguen utilizando muchos de los métodos o formas de fabricación de antaño.

En estos tiempos la joyería de plata ha tomado mucho auge debido a varias razones; una de ellas ha sido el hecho de que se vive en todas partes una gran inseguridad, que ha hecho que el individuo tema lucir en las calles joyas de un alto valor material; y siendo que la plata en nuestro país es relativamente de un bajo costo, además de que se cuenta con una variedad de artesanos cuyos diseños cada día son más diversos e innovadores, ha hecho que la gente tome como una buena alternativa elegir joyería de plata.

El presente trabajo pretende mostrar algunas de las estrategias de comercialización, técnicas de venta, técnicas de pago y cobro, así como todas las conveniencias y contratiempos que implica desarrollar un negocio de venta directa de joyería de plata, y que consiste en ofrecer la mercancía al cliente en su domicilio o en el lugar donde laboran, levantando un pedido y surtiendo éste de igual forma; así el cliente se evita la molestia de asistir a un lugar para realizar su compra permitiéndole un ahorro de tiempo.

Antecedentes Históricos de la plata en México.

Construcción del camino de la plata.

La construcción del camino Zacatecas-México, uno de los dos principales caminos que cruzaban el territorio de la Nueva España, inició a mediados del siglo XVI con el descubrimiento de los campos mineros zacatecanos en 1546-1547 y hasta 1550. Partiendo de la Ciudad de México, la ruta ya estaba bien definida hasta Querétaro, centro principal en la Nueva España en cuanto a la manufactura de paños de lana. Entre 1550 y 1555 se volvió aún más importante a raíz del descubrimiento de plata en Guanajuato en 1554-1556, mejorando lo suficiente para que por él pudieran circular los grandes carros, así como las carretas más pequeñas.

Así surgió el Camino de la Plata que vino a sustituir la antigua ruta México-Guadalajara-Zacatecas, representando una nueva ruta que al pasar por el centro del territorio, sin desviaciones, unía a la capital del virreinato y su casa de moneda con las minas recién descubiertas. Al igual que el camino que unía Veracruz con México, el de la plata fue aplanado y empedrado en su totalidad hasta Zacatecas, siendo justamente la actividad minera de este lugar el móvil para semejante obra en el norte de la Nueva España. Su recorrido al principio terminaba en Zacatecas y posteriormente continuó hasta Santa Fe.

Bajo el gobierno de Felipe II se abrió el septentrión novohispano, buscando la plata que demandaban la sociedad y los proyectos de la Corona. Pero las iniciativas políticas iban más allá de una simple ocupación del territorio para extraer metales preciosos, pues al mismo tiempo que buscaban extender la jurisdicción real en los territorios que formaban parte de los reinos españoles, otros muchos factores fueron configurando un desarrollo distinto de la vida a lo largo del Camino de la Plata y dando un rostro propio e identidad a los asentamientos que lo formaron.

Arrieros y mercaderes transportaban la plata quintada que por derecho recibía la Corona, así como la del pago de las mercancías vendidas y los envíos particulares a sus parientes o socios en las ciudades novohispanas y en España. También eran el medio para remitir la plata obtenida de los procesos judiciales, especialmente de los remates de los "bienes de difuntos" .



Aunque hay pocos estudios sobre la producción de plata a lo largo del periodo colonial, de las cifras registradas por Alejandro de Humboldt en el período de 1785 a 1789, los ingresos de las cajas reales de las intendencias mineras de la Nueva España ascendieron a 9,730,000 marcos de plata, siendo cada marco equivalente a ocho pesos y medio. Casi desde mediados del siglo XVII hasta mediados del siglo XIX, la producción de plata en la Nueva España aportó al menos la tercera parte de la producción mundial y, en ocasiones, llegó a superar el 60 por ciento.

Las consecuencias de la actividad económica en el Camino de la Plata, pueden sintetizarse en los siguientes aspectos: la práctica del comercio y la consolidación de la economía en la Nueva España; el fuerte impulso a la economía europea; y el establecimiento, fundación y consolidación de poblaciones menores, medianas y mayores, en las que se construyeron iglesias y conventos, plazas, palacios públicos y privados, puentes, obras hidráulicas, calzadas, mesones, fuertes, cuarteles y otro tipo de infraestructura. Estas poblaciones sirvieron de apoyo a la colonización y a la anexión de nuevos territorios a la Corona Española, ocasionando a la vez la cesión de tierras y expedición de licencias para establecer posadas, ventas o mesones y tabernas que servían de refugio y albergue a los viajeros, proporcionándoles alojamiento y descanso seguro. Los mercados regionales, que empezaban a veces con la autorización y establecimiento de tianguis para proveer los requerimientos de los pobladores, también fueron una causa de fortalecimiento para la economía de las ciudades mineras. El número de posadas se fue incrementando de acuerdo al ritmo del tráfico y comercio, convirtiendo a esta región del país en un punto neurálgico para la actividad económica general, en la que los centros, poblados, villas, ranchos y haciendas no sólo establecieron una estrecha interdependencia y complementariedad en sus actividades económico productivas, sino también una identidad en los hábitos, costumbres, cultura e idiosincrasia, fenómeno presente durante siglos, a pesar de las demarcaciones fronterizas posteriormente establecidas.

Aunque se otorgaron mercedes reales a los primeros conquistadores, religiosos y encomenderos para establecer mesones en el Camino de la Plata, también hubo concesiones para algunos indígenas. Además, éstos se beneficiaron porque en ellos se les empleaba o porque al ser lugares de abastecimiento, dinamizaron la compra-venta de bienes producidos por aquellos indígenas en sus propias regiones. Tal dinamismo comercial trajo consigo un incremento de la



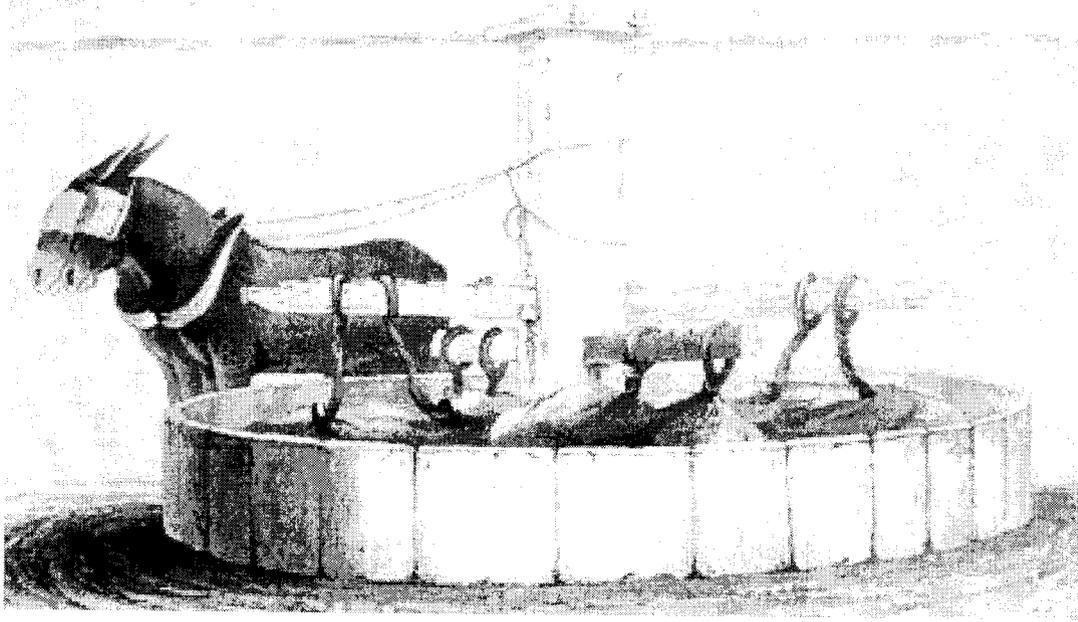
producción agraria, minera y ganadera, tanto por parte de los indios como de los estancieros españoles.

El gran movimiento económico que se desarrolló como resultado de la actividad minera en el norte del territorio y la apertura del Camino de la Plata, transformó radicalmente el horizonte del septentrión novohispano. Las grandes llanuras atravesadas por jinetes, carros y luego por el ferrocarril, dieron cauce a un desarrollo irreversible que, en principio, ocupó el hábitat de los grupos chichimecas y abrió la idea de que la riqueza se encuentra al norte, hasta nuestros días.

El descubrimiento de las minas, la explotación de los metales y el beneficio de la plata no era tarea fácil y fue menester una serie de experiencias y conocimientos que culminaron con una gran capacidad de los mineros venidos a la Nueva España y al Perú, quienes lograron invenciones y aplicaciones de nuevas técnicas para la obtención de fabulosas cantidades de plata. Los mineros que llegaron al Nuevo Mundo no sólo traían el afán de gloria y rápida riqueza, sino además una mezcla de conocimientos técnicos y perseverancia, de imaginación y valor. Fueron estas virtudes las que animaron a los primeros mineros a recorrer a pie o en cabalgadura esas tierras, rocosas unas y con poca vegetación casi todas.

Estos mineros difundieron y aplicaron las técnicas traídas de Europa en la explotación y beneficio de los minerales de plata. Así, en las primeras minas, ubicadas en la región central de la Nueva España, la explotación de las vetas de plata se llevaba a cabo superficialmente, acumulando pequeñas cantidades de mineral con altos contenidos de plata, lo cual facilitaba el uso generalizado de pequeños hornos de fundición para el beneficio del rico metal. Por tratarse de mineral nativo o sulfuro de plata, localizado en zonas superficiales o poco profundas, eran apropiados para la aplicación de este método. Estas técnicas rápidamente se fusionaron con las formas de trabajar de los minerales antiguos mexicanos, logrando una mayor perfección en los métodos o sistemas de explotación y en los procesos metalúrgicos.





Tiska

Difusión de la técnica de fundición.

La rápida acumulación de experiencia y conocimiento de la técnica minera permitió que con el pronto establecimiento de caminos y rutas de acceso, se diera una extensa difusión y aplicación de éstas por todos los reales de minas. Esto puede observarse con lo ocurrido en el Camino Real de Tierra Adentro, que gracias al descubrimiento de las minas zacatecanas se extendió hasta Nuevo México en la última década del siglo XVI.

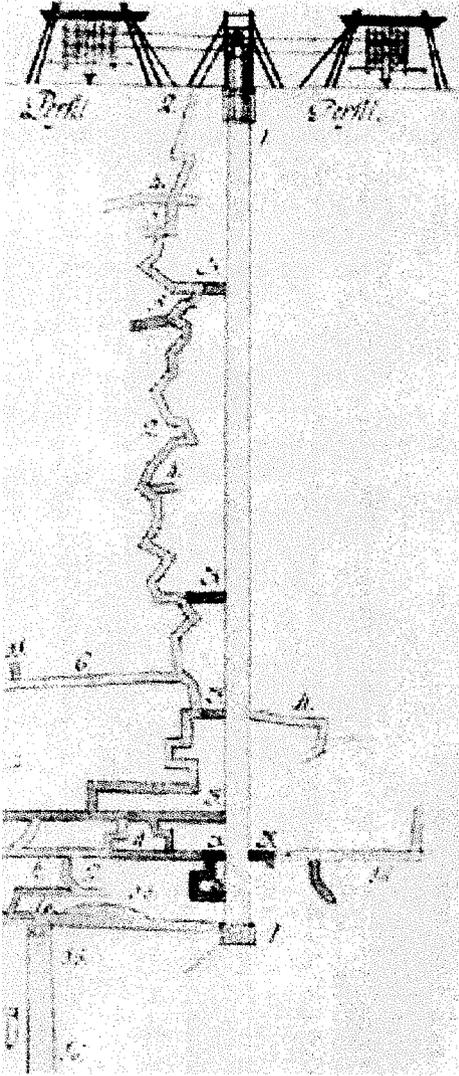
Las condiciones de descubrimiento y exploración lograron que una extensa región del norte, por donde se dio el trazo del Camino Real, se establecieran combinaciones de asentamientos mineros, comerciantes, misioneros, ganaderos, arrieros, alfarifes y trabajadores. Así, a tan sólo 20 años de creado el Camino de la Plata ya se había explorado y colonizado la comarca minera más importante de la Nueva Galicia y de la Nueva España en el septentrión.

Pero esa extensa región, poblada de centros mineros, tenía diversos requerimientos, particularmente para la explotación de los minerales y el beneficio de la plata, pues gracias al constante tráfico por el Camino Real, el uso de las técnicas en minería se difundieron de manera sorprendentemente rápida. Así, por esta importante arteria circularon carretas y recuas de mulas cargadas con maquinaria, herramientas e insumos para la minería, donde el proceso de beneficio de la plata era el que con mayor frecuencia requería del abasto. En efecto, el método de fundición, primer sistema utilizado en todas las minas de la Nueva España, requería de grandes cantidades de madera que usaba como combustible para operar los diversos hornos usados en la refinación de la plata; llegarían también por el Camino Real la greta y la cendrada, pequeños crisoles hechos con huesos calcinados y con ellos las fraguas y los fuelles, todo destinado a la "Frontera de la Plata".

También recorrieron el Camino Real el ingenio y la experiencia acumulados en los diversos centros mineros de la extensa comarca fronteriza. Sin embargo, al tratar de beneficiar yacimientos localizados a mayor profundidad y con sulfuros más rebeldes a la fundición, comenzaron las dificultades. Por fortuna para la minería, en 1555 se produjo un hecho de gran trascendencia: en la hacienda de fundición "Nuestra Señora de la Purísima Concepción", de Pachuca, Bartolomé de Medina inventa *"el primer método industrial de beneficio de los*



minerales de plata por amalgamación", acontecimiento tecnológico que revolucionaría la minería de la época. Con la rápida difusión de tan novedoso método, conocido después como "beneficio de patio", a lo largo de todo el Camino Real de Tierra Adentro permite que dos años después, en 1557, las minas de Zacatecas beneficien por medio del mercurio toda la plata extraída del subsuelo.



La gran bonanza

Los requerimientos de insumos y materia prima para la aplicación del beneficio por amalgamación fueron variando a medida que se perfeccionaba o se le introducían nuevas modalidades en los distintos centros mineros, pero en lo que fue su origen sólo se requería el mineral, sal común y mercurio, de manera que las etapas del beneficio eran: molienda de la mena (mineral en bruto) con mazos y tamizado; amasado (repasos) o agitación de la masa con los ingredientes, la sal común y el mercurio; lavado de la amalgama (mezcla resultante) y desazogado (separación de la plata y el mercurio). Con las continuas llegadas de todo lo necesario para lograr que las diversas minas ubicadas a lo largo del Camino de la Plata continuaran en operación, había llegado también la gran bonanza de la minería, pues el nuevo método de beneficio permitía aprovechar ahora minerales con bajos contenidos de plata además de beneficiarlos en cantidades industriales. Se lograron, también, recuperar los minerales de plata contenidos en los que habían sido considerados como "terreros de poco interés" y que habían sido acumulados durante los primeros años de la explotación minera. Con esto también tuvo lugar un mayor acarreo de numerosas y diversas herramientas y de mayores cantidades de insumos provenientes de distintas regiones de la Nueva España destinadas a la lejana frontera.

Nuevos reales de minas

Estas continuas e incesantes remesas a la minería ya establecida permitían que al surgir nuevos reales de minas se pusieran inmediatamente en práctica las técnicas ya conocidas. Así, en el lapso de 40 años se dan descubrimientos de importantes centros mineros como Comanja en la jurisdicción de Lagos; Charcas y el real de Nuestra Señora de los Milagros de Ramos en San Luis Potosí; Pinos y Ojo Caliente en Zacatecas. Todos ellos puestos en explotación entre 1560 y 1600 con técnicas de trabajo ya perfeccionadas y con algunas variantes en su aplicación. En todos predominó "el beneficio de la plata por azogue". Pero mientras esto sucedía en la región de Zacatecas a México sobre zonas cercanas al Camino Real, en la extensa región desconocida del norte, que gracias a la extensión de tan importante arteria pronto llegó hasta Nuevo México, se descubrieron en un lapso de 50 años, de 1550 a 1600, los reales de minas de San Martín,

Fresnillo, el Real y Minas Villa de Lerena y Nuestra Señora de las Nieves en el norte de Nueva Galicia, Santa Bárbara en Chihuahua y las minas de Mapimí, Cuencamé e Indehé en Durango. En todos ellos se estableció también el método que descubrió y perfeccionó Bartolomé de Medina, no obstante que en la Villa de Lerena la mayor cantidad de plata beneficiada durante toda su etapa de producción fuera por fundición.

Para toda la minería del norte novohispano resultó de vital importancia el establecimiento del Camino Real de Tierra Adentro, pues para lograr "poner en corriente los beneficios de azogue", eran indispensables grandes cantidades de "saltierra", "magistral" y mercurio. Tan sólo a las minas de Zacatecas llegaban 20,000 fanegas de saltierra (1,300,000 kg) y de 2,000 a 3,000 quintales de azogue (92,000-138,000 kg) por año.



Tirola

Productos y herramientas básicas.

Otros productos necesarios para la minería eran el aceite, el cebo y la hilaza o pabilo para las velas utilizadas en el alumbrado de las minas, así como cueros para la fabricación de bolsas o sacos requeridos para el acarreo del mineral y para desagüar los tiros y galerías mineras. Herramientas básicas para la explotación y tumbe de las vetas eran el zapapico, la barra, la cuña y el wingaro, especie de marro que servía para golpear la barra.

En muchas fases de la actividad minera era necesaria la aplicación de fuerza motriz para llevar a cabo algún proceso y, de acuerdo con las regiones, ésta era proporcionada por mecanismos movidos por agua o por tracción animal. En las condiciones climáticas de todo el norte novohispano, donde el agua es particularmente escasa, las mulas formaron otro elemento de gran importancia para la actividad minera. Era con ellas como se lograban accionar los malacates para el desagüe de minas inundadas; los molinos y las tahonas y los arrastres para pulverizar el mineral también eran movidos por bestias; y el acarreo de las "cargas" de las minas a las haciendas de beneficio se llevaba a cabo a lomo de mula. Por ello, no es sorprendente que la minería zacatecana del siglo XVII requiriera de "ocho mil mulas y mil bestias de carga" para mantener en "corriente los ingenios y desagües de sus minas.

Mano de obra abundante

No obstante lo anterior, resultaba indispensable el uso de la mano de obra en gran cantidad, sobre todo cuando la bonanza minera se presentaba en una región, pues con ella llegaban los diversos "operarios de minas", entre los que destacaban los capataces o capitanes de mina, los barrenadores y los piqueadores que llevaban a cabo el tumbe del mineral, y para separarlo y quebrarlo en el interior de la mina estaban el pepenador, el quebrador y el metalero. Para la extracción y el acarreo estaban los tenateros, los malaceteros y los muleros; y quienes realizaban la fortificación de tiros, frentes y socavones recibían el nombre de ademadores o paleros. En tanto que en el beneficio de la plata se aplicaban quebradores, obreros, pepenadores, arrieros, norieros, azogueros, ensayadores, horneros, fundidores, veladores y porteros, todos ellos bajo la supervisión de mayordomos y administradores.

Así, se puede afirmar que la minería ofreció la seguridad del consumo de diversos productos y materias primas necesarias para todas las etapas del proceso productivo, por lo que resultó providencial el hecho de que el Camino Real se abriera a los continuos viajes, y que con ello se difundieran las noticias de un nuevo descubrimiento o de una bonanza minera para atraer emigraciones, conformadas, no sólo por mineros, sino por comerciantes, fleteros, artesanos e individuos de todas las clases sociales que establecieron allí su residencia.

Artículo publicado en la Revista México en el Tiempo. Año 4, Número 27, Noviembre-Diciembre 1998. (pp 34-40). Editorial México Desconocido, S.A. de C.V.

Autor, Antonio Ramírez Ramos, es Ingeniero Minero-metalurgista y Maestro e investigador en la UAZ.

Datos de producción mundial

México es el primer productor de plata a nivel mundial con 2,196 toneladas producidas en 1991. Le siguen Estados Unidos y Perú, con 1,848 y 1,770 toneladas de producción, respectivamente.

Millones de onzas

1º.	México	67,300
2º.	Estados Unidos	54,700
3º.	Perú	51,000
4º.	Canadá	39,200
5º.	Australia	39,000
6º.	Chile	32,000
7º.	Polonia	31,500
8º.	Bolivia	12,170
9º.	Suecia	8,040
10avo.	España	5,100
11avo.	Brasil	4,900

Consumo de plata en México.

Siendo México el primer productor mundial de plata, en 1998, exportó el **79%** de su producción, vendida a precios de materia prima. Sólo el **.3%** de la producción se utilizó en la acuñación de monedas.

AÑO	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Producción primaria	70	70	67.9	62.7	65	61	65	67.3	75	81	86
Fotografía industrial	4	4	4	6.6	8.1	8.1	8.1	8.3	8.3	8.4	8.6
Joyería y decoración	2.1	2.1	2.1	3.4	4.4	4.4	4.4	4.5	4.6	5.1	5.2
Electrónica y conductores	1	1.1	1.1	1.8	2.2	2.2	2.2	2.3	2.4	2.7	3
Total del uso industrial	7.10	7.20	7.20	11.80	14.70	14.70	14.70	15.10	15.30	16.20	16.80
% de la extracción	10.1%	10.3%	10.6%	18.8%	22.6%	24.1%	22.6%	22.4%	20.4%	20.0%	19.5%
Acuñación de moneda	2.0	1.7	1.5	1.5	6.8	15.0	11.9	0.3	0.5	0.3	0.3
% de la extracción	2.9%	2.4%	2.2%	2.4%	10.5%	24.6%	18.3%	0.4%	0.7%	0.4%	0.3%
Total de la demanda	9.201	9.003	8.806	13.49	21.73	29.94	26.83	15.62	16	16.7	17.3
% de la extracción	13.1%	12.9%	13.0%	21.5%	33.4%	49.1%	41.3%	23.2%	21.3%	20.6%	20.1%
Exportado como mat. prima	86.9%	87.1%	87.0%	78.5%	66.6%	50.9%	58.7%	76.8%	78.7%	79.4%	79.9%

Usos múltiples de la plata

Debido a sus características, la plata es un material empleado en diversas ramas industriales, entre las que destacan la fotografía y la joyería, así como algunas aplicaciones en la medicina.

En la fotografía.

El cloruro, el bromuro y el nitrato de plata se emplean tanto en la elaboración de la película fotosensible como en la composición de líquidos para revelar. Aproximadamente el 60% de toda la plata se emplea en la industria fotográfica y el metal puede reciclarse a partir de soluciones. Las soluciones se procesan con base en electrolitos, mientras que la película se quema y las cenizas reciben un tratamiento especial para extraer su contenido en plata.

En la joyería.

Uno de los principales usos de la plata, desde siempre, ha sido en la joyería, ya que este metal ha hecho posible la elaboración de accesorios, como pulseras, gargantillas, mancuernas, anillos y pectorales. Su ductilidad permite crear complicados diseños que se han adaptado a los gustos de las diferentes épocas, a veces combinada con otros metales o con piedras preciosas. Cuando está bien pulida, la plata es la mejor de todas las superficies reflectantes, y por eso se le ha utilizado también para la elaboración de espejos.

Usos médicos.

Los usos médicos de la plata también son muy variados. El nitrato de plata se emplea como caústico y cicatrizante. Disuelto en una solución al 1%, sirve como preventivo oftálmico para los recién nacidos y al 2% resulta útil para tratar el eccema húmedo. Es frecuente emplearlo como antiséptico local en pomadas que contienen 15% de plata coloidal. Hasta hece poco era común hallarlo en las farmacias en forma de lápiz o barrita para eliminar verrugas y mezquinos en la piel.

En la odontología.

En la odontología, tiene una doble finalidad: profiláctica y cosmética. Resulta ideal para implantes, coronas, amalgamas y piezas postizas. El principal defecto que le atribuyen los pacientes es que, dada su poderosa conductividad, al ingerir alimentos demasiado fríos o demasiado calientes se experimenta un intenso dolor que el nervio resiente en toda su trayectoria. Incluso hay personas que, como signo de status, se han hecho extraer piezas dentales con el simple propósito de realizarse un implante de plata en la boca.



Cómo se fabrica una pieza de plata.

La siguiente figura presenta un taller de fabricación de joyería de plata:

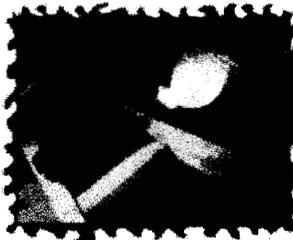


Pasos a seguir:

1.- Diseñar y dibujar



2.- Fundir



3.- Laminar



4.-Forjar o batir



5.- Cincelar y/o burilar.



6.- Pulir y o bruñir



"En un primer paso, se va dando forma a la pieza con el martillo de asta de búfalo. Se coloca la plancha sobre los apoyadores, el yunke o los hierros de moldura, y la se bate, primero con ese martillo y luego con los de acero pulido a lustre. Luego, se pule la plata con piedra pómez y al fin, se hace con papeles de esmeril en este orden: de 300, 600 y 900 y paños sobre la superficie ya pulida, se burila o cincela. Cuando se busca alcanzar un brillo intenso, se bruñe la plata con piedra ematite, caracterizada por su dureza, humedeciendo la zona con agua de quillai, o lo que es lo mismo, con el llamado jabón de palo. Éste se elabora a partir de la corteza de un árbol y se compra en droguerías o farmacias, con él se prepara una especie de infusión, como si fuera un mate cocido. La sustancia resultante, libera de grasitud la superficie a trabajar y permite que se alcance un bruñido excepcional.

Se pule el bruñidor de ematite, pasándolo con mucha fuerza sobre la lonja de cuero (donde antes se derrama un poco de polvo de rubí), hasta borrarle los surcos que se le han formado en otros trabajos.

Ya pulida la herramienta, se está en condiciones de realizar el bruñido de la pieza. Así, de este modo, al tiempo que la plata desnuda un brillo casi mágico, el acto de bruñir es cautivante, se advierte la pureza del metal, uno siente en las manos que la plata se deja seducir.

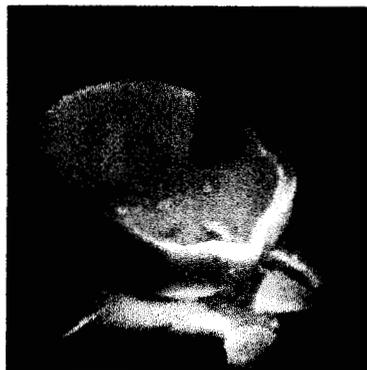
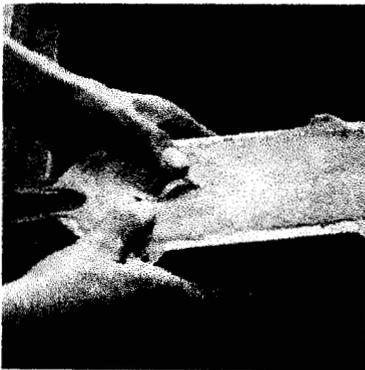
Si se busca un lustre opaco, se le da un recocado, se la sumerge en una solución de ácido sulfúrico al 10% (si es tibio mejor), hasta que la plata queda blanca como la leche. Luego se le hace un buen cepillado y se enjuaga con agua de la canilla, bien caliente, para arrojarla sin demoras sobre el aserrín de una madera blanca. Ya seca la pieza, inmediatamente se resaltan los detalles considerados sustanciales con un bruñido final".



El siguiente dibujo muestra las herramientas utilizadas en la fabricación de joyería de plata:



Una de las técnicas utilizadas es por medio de la fundición en tierra como se muestra en las siguientes figuras:



Descripción de la empresa.

Joyería de plata



Es una empresa que comercializa la joyería de plata a través de un sistema de venta directa, que se basa en un método de pagos parciales previamente establecidos.

Misión.

Proveer al cliente de artículos de joyería de plata de diseños de variada y excelente calidad y a la vez promover la actividad artesanal de nuestro país.

Objetivos.

- 1- Proporcionar al cliente la opción de otro material en las joyas que usa, con las características propias del material.**
- 2- Proporcionar una gran variedad de diseños.**
- 3- Ofrecer un producto de alta calidad que pueda competir con artículos similares de tiendas exclusivas a un costo menor.**
- 4- Mostrar y entregar la mercancía al cliente en su domicilio con la finalidad de evitarle la molestia de trasladarse hasta los lugares que la ofrecen.**
- 5- Dar facilidad al cliente para realizar el pago total del producto.**

Selección de proveedores.

En México se encuentran grandes yacimientos de Plata en los estados de Guerrero, Zacatecas y Oaxaca. La ciudad de Taxco en el estado de Guerrero, es una ciudad que cuenta con gran prestigio a nivel mundial como fabricante de piezas de ornamento en plata. Siendo ésta la principal actividad de la ciudad, existe un sinnúmero de artesanos de todo tipo, lo cual les permite ofrecer una gran variedad en cuanto a precios, diseños, calidad, lo que es un factor importante de elección.

En este lugar los artesanos ofrecen su mercancía en diversa forma, existen tianguis en las calles, en donde la calidad varía desde baja, regular y en ocasiones muy buena, razón por la cual los precios son accesibles. Existen también tiendas exclusivas, como Russell Silverworks, Silver World, etc., las cuales se dedican a exportar al extranjero, contando con el servicio de Internet para recibir sus pedidos, estas tiendas cuentan con diseños finos, con una excelente calidad, por lo que los precios son elevados.

Una de las formas para determinar cuál o cuáles son los proveedores más convenientes es haciendo un análisis técnico de la ubicación de los proveedores existentes de Taxco; para este caso se utilizó un mapa de la ciudad, en donde se señaló con letras la ubicación de los proveedores elegidos, dicho mapa se encuentra adelante; el análisis se realiza mediante los siguientes pasos:

1. Identificar los factores o determinantes principales para la toma de decisiones.
2. Asignar a esos factores un porcentaje según la importancia, esto es con base al 100%.
3. Se determinan cuáles son los proveedores a elegir, asignándole una letra consecutiva del abecedario. Por ejemplo, A, B, C, D.
4. Se evalúa al proveedor del 1 al 10 en cada factor.
5. Se pondera al proveedor con base al porcentaje otorgado y a la calificación dada por factor. Por ejemplo: En la tabla A) se encuentra el factor precios, el cual tiene un 30% de ponderación, al proveedor A en ese factor se calificó con 10. El resultado de esa ponderación se obtiene así: $10 \times (30/100) = 3$
6. Al final se suma esa ponderación por proveedor, y se elige la más alta.

Método de ponderación para la selección de proveedores.

A continuación se muestra una tabla en donde se han elegido los factores que interesa considerar para la elección del más adecuado como es la facilidad de acceso hacia los proveedores, precios, calidad, diseños y exclusividad que ofrecen.

Se ha designado la ubicación de los proveedores con la letra A hasta la D; éstas se encuentran señaladas en el Mapa de Taxco que anteriormente se mostró.

La letra A identifica a los proveedores que se concentran en un tianguis sabatino; éstos son una serie de artesanos, los cuales son fabricantes y venden su producción sin ningún intermediario.

La letra B representa a artesanos unidos que se ubican en locales y plazas en el centro de Taxco.

Las letras C y D ubican a las tiendas que exportan grandes cantidades, manejando diseños de gran calidad y exclusividad.

Tabla A)

FACTORES	POND. (%)	A		B		C		D	
ACCESO	10	10	1	9	0.9	7	0.7	8	0.8
PRECIOS	30	10	3	8	2.4	9	2.7	7	2.1
CALIDAD	20	7	1.4	9	1.8	8	1.6	10	2
DISEÑOS	20	7	1.4	8	1.6	9	1.8	10	2
VARIEDAD	20	10	2	9	1.8	7	1.4	8	1.6
			8.8		8.5		8.2		8.5

Estudio de Mercado.

Determinación del Problema:

Debido a la creciente inseguridad que prevalece en las ciudades, en donde constantemente se realizan asaltos, despojando a las personas de sus bienes, existe un gran temor de salir a las calles luciendo joyas o adornos de alto valor, como pueden ser cadenas o pulseras de oro. Por lo que se piensa que la joyería en plata puede ser un buen sustituto para las personas que desean adornarse con éstas joyas, debido a lo anterior se planteó determinar cuál es el potencial de la comercialización de joyería de plata, si puede cubrir las exigencias del cliente en cuanto a diseños y precio, utilizando el sistema de venta directa, ofreciendo la mercancía en los domicilios o lugares de trabajo del cliente en una ciudad como el Distrito Federal, en donde existe una diversidad de oferentes con todo tipo de calidad y diseños.

Diseño de la investigación:

Las formas utilizadas para recabar información fueron las siguientes:

1. Observación.
2. Conversación directa con el consumidor.
3. Encuestas.

1.- La observación se llevó a cabo en los lugares en donde se ofrece la joyería en plata en diversas partes de la ciudad, como tiendas exclusivas, locales de centros comerciales, los tianguis y con los vendedores que ofrecen su mercancía en forma directa.

2.- Conversar con las personas para ver cuáles son sus preferencias, en dónde realizan sus compras y cuáles son los precios que están dispuestos a pagar, tomando como referencia tal vez un caso específico, es decir, puede tomarse un ejemplo, ya sea comparando las características de una pieza de plata de una tienda en especial.

3.- Se utilizó un cuestionario que se aplicó a una muestra de 200 personas de diferentes sexos, edades, niveles socioeconómicos, en diversas colonias del Distrito Federal.

Dicho cuestionario se diseñó utilizando preguntas cerradas, o sea, en donde sólo había que responder afirmativa o negativamente, y preguntas abiertas, en donde el encuestador daba una opinión amplia de lo que se preguntaba. El encuestador, sin ser un experto en el negocio de la plata, tuvo el criterio suficiente para orientar y evaluar las respuestas del encuestado.

A continuación se muestra el cuestionario aplicado:

EDAD:	_____	COLONIA:	_____
EDO:	_____		_____
CIVIL:	_____	OCUPACION:	_____
SEXO:	_____		
1. ES AFECTO A USAR JOYAS?			
SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
2. EN CASO DE USARLAS DE QUE MATERIAL LAS ADQUIERE?			
ORO <input type="checkbox"/>		FANTASIA <input type="checkbox"/>	
PLATA <input type="checkbox"/>		OTROS <input type="checkbox"/>	
3. CONSIDERA QUE EL CONSUMO DE JOYAS DE PLATA SE HA INCREMENTADO A ULTIMAS FECHAS?			
SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
4. PORQUE?			

5. LE AGRADA LOS DISEÑOS QUE OFERCE LA JOYERIA DE PLATA?			
SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
6. CON QUE FRECUENCIA REALIZA UNA COMPRA DE JOYERIA DE PLATA?			
1 MES <input type="checkbox"/>	3 MESES <input type="checkbox"/>	6 MESES <input type="checkbox"/>	1 AÑO <input type="checkbox"/>
7. EXISTE ALGUNA TEMPORADA EN ESPECIAL CUANDO SU CONSUMO SEA MAYOR? CUAL ES ESTA?			
Por ejemplo: Epoca navideña, día del amor y la amistad, etc.			

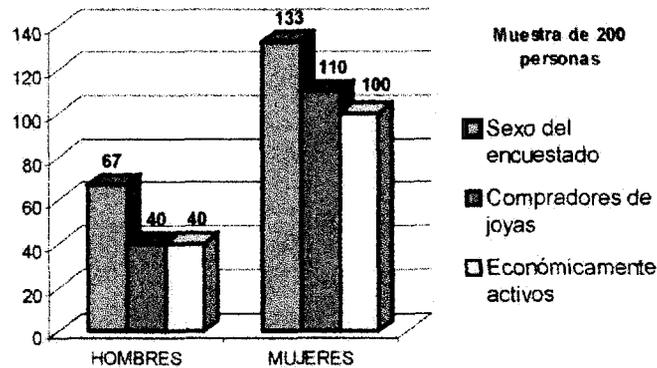
8. QUE TIPO DE ROYA DE PLATA ADQUIERE CON MAS FRECUENCIA?			
ARETES <input type="checkbox"/>	ANILLOS <input type="checkbox"/>	PULSERAS <input type="checkbox"/>	DIJES <input type="checkbox"/>
			COLLARES <input type="checkbox"/>
9. EN DONDE ADQUIERE LA JOYERIA DE PLATA?			
VENTA PERSONAL <input type="checkbox"/>		JOYERIAS <input type="checkbox"/>	
TIENDA COMERCIAL <input type="checkbox"/>		TIANGUIS <input type="checkbox"/>	
10. LE AGRADAN LOS DISEÑOS QUE SE MUESTRAN EN LAS FOTOGRAFIAS			
SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	

Las preguntas de este cuestionario fueron con la finalidad de obtener información en cuanto al segmento de mercado, cuál es la demanda del producto, cuáles son las preferencias del cliente, lugares en donde acostumbra comprar, así como que tipo de personas pueden ser clientes potenciales.

Este cuestionario proporcionó información relevante, la que se plasmó en gráficas que reflejan algunos indicadores para la toma de decisiones.

Tista

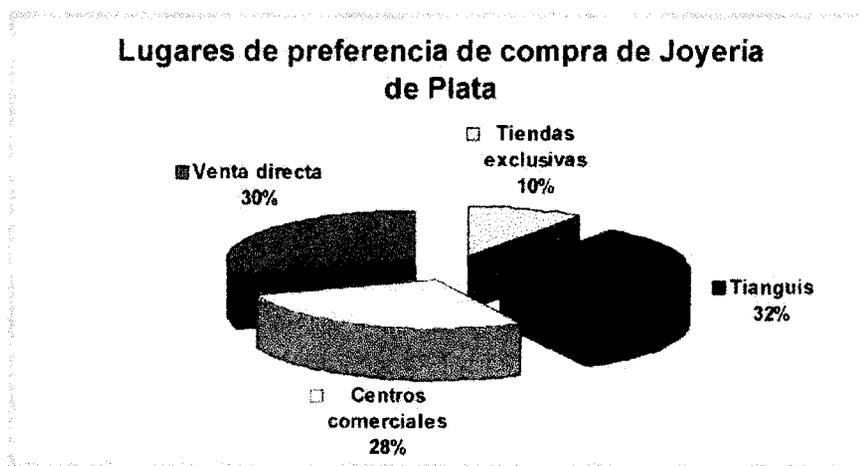
A continuación se muestra una gráfica en donde se ilustra el comportamiento de la muestra:



Esta gráfica indica que de una muestra de 200 personas, 67 son hombres y 133 mujeres, de los cuales 40 de los 67 hombres compran alguna joya, 100 de 133 mujeres lo hacen, indicando que las mayores consumidoras de joyería en plata son mujeres económicamente activas, con un margen de un 50% mayor.

Utilizando las tres formas de recopilación de información mencionadas anteriormente nos permitió determinar que el segmento de mercado al cual se dirigiría el producto sería principalmente el de mujeres, ya que son quienes adquieren mayormente joyería de plata.

La siguiente gráfica representa los principales lugares en donde los clientes realizan o adquieren joyas de plata:



Tiela

La anterior gráfica muestra que los lugares más recorridos, en donde los clientes realizan sus compras principalmente son los Tianguis, en segundo lugar está la venta directa y en tercer lugar los locales de centros comerciales. Las tiendas exclusivas, por su misma naturaleza, atienden a un sector reducido que busca satisfacer una necesidad de exclusividad y esto repercute en un costo que no es tan accesible a la mayoría.

Todo lo anterior demuestra que la comercialización de joyería de plata tiene un gran potencial contando con un amplio mercado.



Tisha

Determinación del producto.

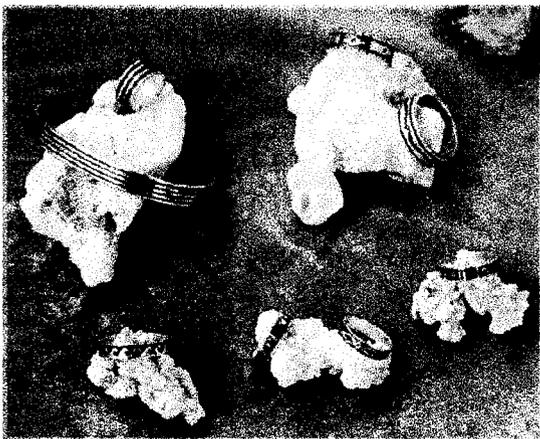
La línea de joyería de plata que se ofrece consiste en aretes, pulseras, anillos, broches, collares, dijes y otros (llaveros, adornos para el cabello, perfumeros, etc.), fabricados en plata de ley (.925).

La línea abarca desde diseños tradicionales hasta diseños marcados por las tendencias de la moda, la cual se encuentra en constante cambio.

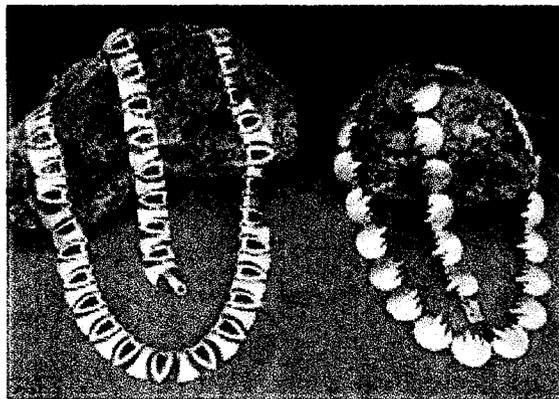
Se manejan diferentes estilos en la joyería como plata lisa, plata oxidada, plata mateada, plata con latón, plata con piedras semipreciosas, plata con resina, plata con cuero, plata con flores miniatura naturales, y con otros materiales como el acrílico y la madera.

A continuación se muestran algunos de los estilos mencionados:

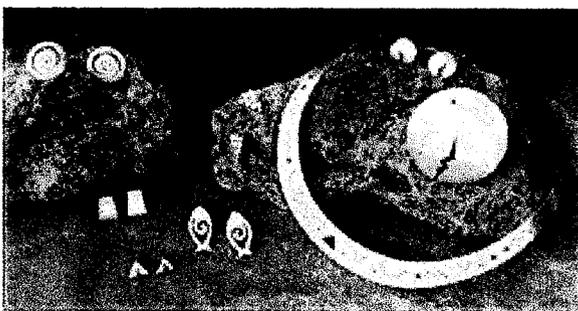
Estampados con resina



Armados manualmente pieza por pieza.



Plata grabada con figuras



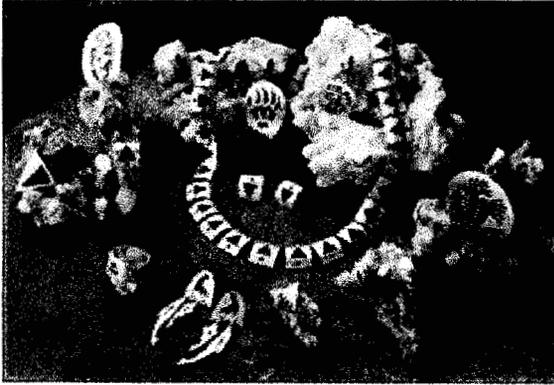
alambradas, canicas



Tisha

Tisha

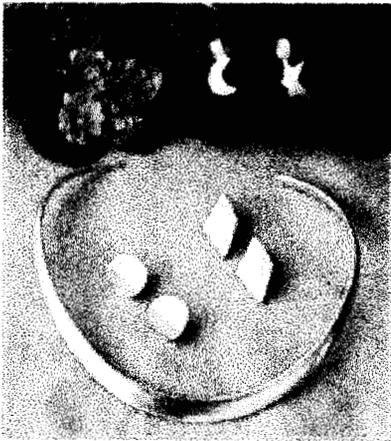
Estilo Hopi



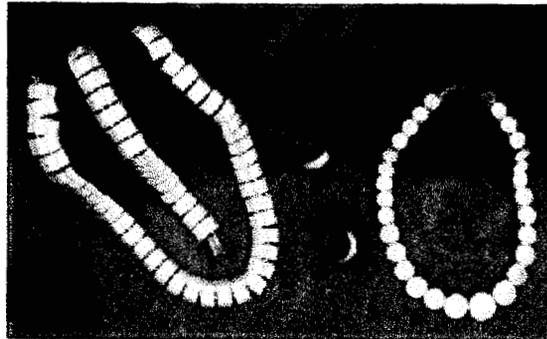
Plata oxidada y con cobre



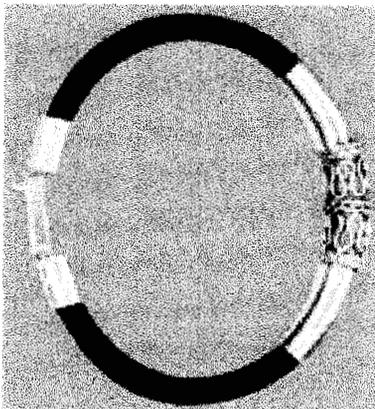
Plata lisa



Plata mateada



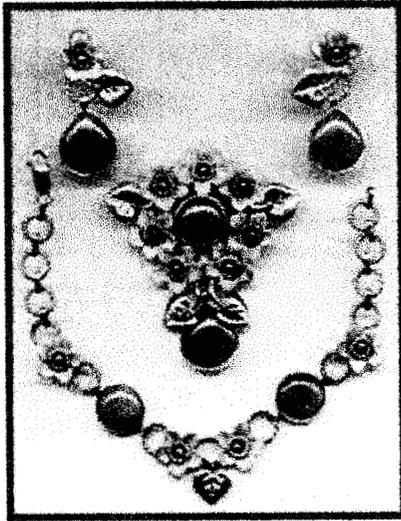
Plata con cuero



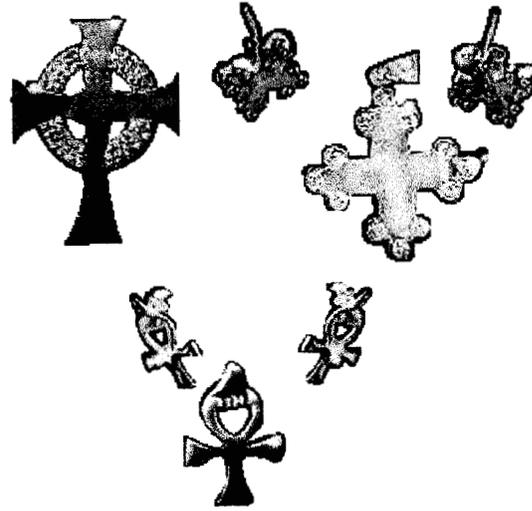
Plata con piedras semipreciosas



Diseño antiguo

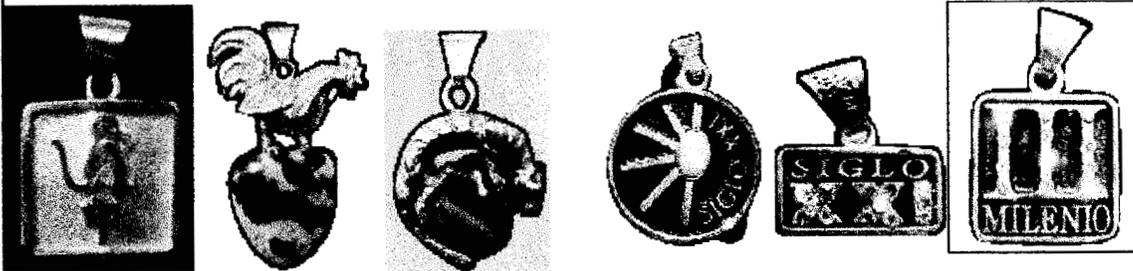


Cruces místicas, religiosas, guerreras.



Horóscopo chino representado por animales.

Serie de fin de milenio y para recibir al siglo XXI



Como se puede observar, en esta colección de joyería se encuentra una gran diversidad de estilos, los cuales muestran que los artesanos de joyería de plata han innovado los diseños que anteriormente sólo se podían encontrar en la joyería de oro.

Esto nos permite satisfacer con mayor amplitud los gustos y preferencias del cliente, ya sea de índole religioso, cultural, místico, social o de lo que se encuentre en boga, por lo que se busca tener una línea de excelente calidad en diseños que puede ser comparada con las que ofrece en las tiendas exclusivas, brindando la misma calidad pero a un precio mucho menor.

Como sabemos, la moda cambia constantemente e impone ciertos diseños, lo que se pretende es ofrecer una línea que constantemente se esté innovando.

En el caso de los anillos se manejan varias medidas, siendo las más comunes del 6 al 8; en las cadenas existen medidas que van desde los 45 hasta los 60 cms., tamaños mayores casi no se manejan. Los tamaños de las pulseras son mas estándar ya que por lo regular son de 18 a 20 centímetros.

Para satisfacer la mayoría de las necesidades del cliente como sus creencias religiosas, supersticiones o hechos representativos de cada individuo se establecen ciertas líneas como son:

- Diversidad de cruces: egipcias, celtas, bismales, treboladas, cristianas, para proporcionar al cliente símbolos que represente sus creencias religiosas o místicas.
- Horóscopos como el chino, representado por 12 animales, el cual se asigna dependiendo del año en que nació el individuo; el de signos zodiacales, basado en el día y mes del año de nacimiento como: aries, tauro, géminis, etc.
- Símbolos que representan el fin del siglo y el inicio de un nuevo milenio. Debido a la gran expectativa que despierta en el ser humano los acontecimientos que puedan suscitarse ante este cambio.
- Joyas representativas de las culturas antiguas como la mayas, azteca, zapoteca, entre otras.

Determinación de Precios.

Para la determinación de los precios, es necesario estudiar y determinar los objetivos, esto surge de las necesidades y oportunidades de desarrollo del negocio.

Unos de los objetivos más comunes a plantearse son los siguientes:

- *Crecimiento en ventas.* Esto puede mover rápidamente las mercancías, determinando un precio adecuado, el cual no necesariamente tiene que ser bajo, ya que raramente el precio por sí solo puede generar un aumento en las ventas, debido a que debe coordinarse con otros objetivos para obtener el resultado deseado.
- *Conservación o mejora del mercado.* Para establecer o mejorar una posición en el mercado existente. Es decir, dependiendo del precio que se establezca, puede hacer que un negocio entre o mejore su posición en el mercado, haciéndolo competitivo.
- *Manejo de efectivo.* Esto es con la finalidad de recuperar tanto efectivo como sea posible en un tiempo determinado.

Siendo el precio una cantidad que se paga por la obtención de un bien, debido a su carácter cuantitativo se requiere de un método preciso y lógico para determinarlo.

En teoría, algunos autores, como Bell, han establecido algunos pasos para la determinación de precios. A continuación se describen estos pasos:

Identificación del cliente en potencia.

Los compradores son los individuos a quienes se van a satisfacer sus necesidades, por lo que es sumamente importante saber quiénes son éstos; en el caso de la joyería en plata, el mercado potencial son mujeres, particularmente de 15 a 50 años.

Demanda estimada del producto

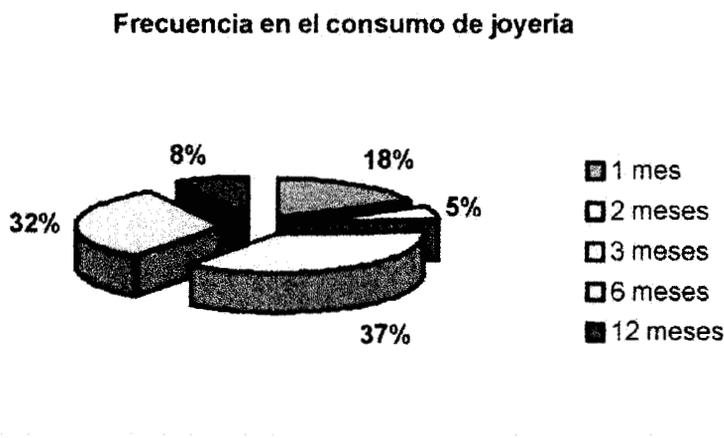
Para cada segmento de mercado es necesario determinar la relación de precios alternativos con la demanda potencial. Estos mercados pueden ser regionales, económicos, cuyos miembros son similares. En este caso, el segmento de mercado es el de mujeres de una edad entre 15 y 50 años, que radican en una ciudad, económicamente activas, permitiendo esto establecer un rango y hacer elásticos los precios.

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

El objetivo de analizar la demanda es medir y determinar cuáles son los parámetros o fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto al bien.

La demanda está en función de una serie de factores, como pueden ser la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, nivel de ingresos de la población y otros.

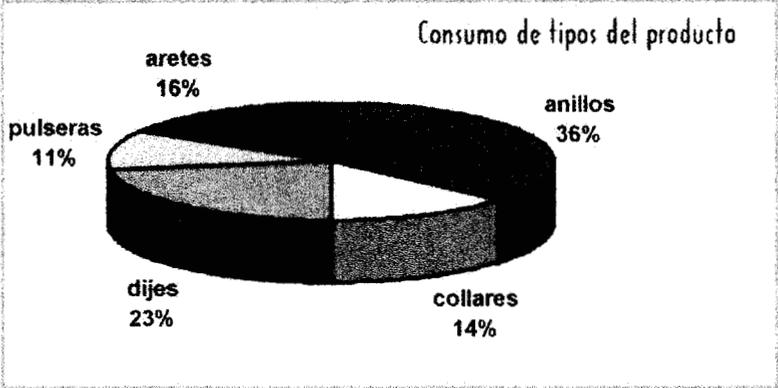
Se utilizan herramientas de investigación para determinar la demanda; en este caso se utilizó el mismo cuestionario empleado para el estudio de mercado, el cual permitió elaborar las siguientes gráficas para poder analizar la información:



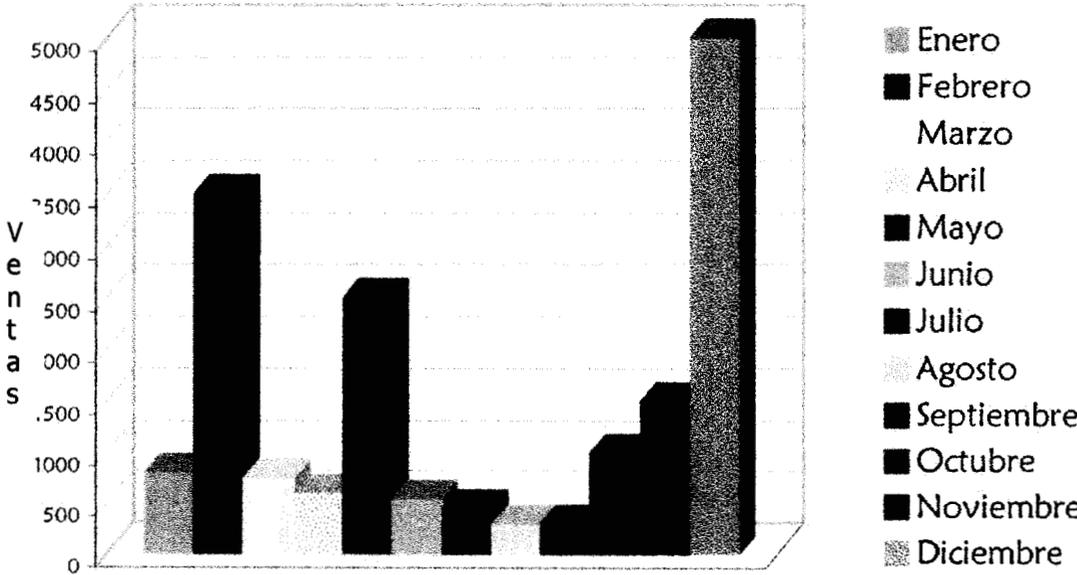
La gráfica anterior muestra que un 37% de las mujeres realizan una compra cada 3 meses, siendo éste el mayor porcentaje de la muestra seleccionada, un 32% lo hace cada seis meses. Estos porcentajes son los principales del estudio realizado, por lo que se puede concluir que el cliente está dispuesto a adquirir una pieza de plata con esa regularidad, y con base a eso se pueden tomar muchos criterios para establecer los tiempos en que se deben realizar las compras a los proveedores y por lo tanto la periodicidad para ofrecer la mercancía al cliente.

La siguiente gráfica representa el consumo de los diferentes tipos de joyería.

Lo anterior muestra que los anillos son lo que más demandan los clientes, en segundo lugar los collares o cadenas, en tercer los dijes. De esto se puede determinar los tipos de artículos en los que hay que tener mayor variedad de estilos y tamaños y cuál es la prioridad que se debe de tener al elegir las piezas que se adquieren a los proveedores, en este caso a los artesanos de Taxco.



Otra forma que se utiliza para saber la demanda de los artículos de plata es llevar un registro mensual de las ventas efectuadas. Esta información se refleja en la siguiente gráfica:



Lo que muestra la gráfica anterior puede interpretarse como que la demanda de joyería de plata se establece por temporadas, es decir, las ventas en el año varían dependiendo de diferentes circunstancias.

En diciembre es cuando se obtienen mayores ventas, en esta época se cuenta con más dinero, ya que es cuando se otorgan los aguinaldos, se obtienen compensaciones de fin de año, se liquida el salario del mes. En consecuencia las personas tienden a proporcionarse más lujos de los acostumbrados, ya que psicológicamente el contar con una cantidad mayor a la acostumbrada se tiene la sensación de un excedente, lo que motiva a efectuar gastos que comúnmente no se realizan, además existen costumbres arraigadas en esa época como son efectuar intercambios de regalos, estrenar los días 24 y 31 del mes.

En el mes de febrero se celebra el día del amor y la amistad, se acostumbra efectuar regalos a la pareja y amigos. Esto repercute que febrero sea un mes alto en ventas.

En mayo se celebra el día de las madres, por lo que también es una fecha en donde se demanda la joyería de plata.

En los otros meses del año también se realizan ventas, pero éstas son menores comparadas con las anteriores.

Del estudio de las gráficas anteriores se puede concluir que la demanda de la joyería de plata se establece de la siguiente forma:

- Las mujeres son las principales consumidoras.
- Se efectúa un consumo cada tres meses.
- Los principales tipos de joyería de plata demanda son los anillos, las cadenas y dijes.
- La demanda se realiza por temporadas.

Determinación de la competencia.

En una gran ciudad existe una gran competencia, por lo que es de vital importancia saber los precios de los competidores, aunque esto no es fácil ya que la lista de precios no es tan accesible.

La ciudad de México cuenta con una gran diversidad de competidores, que van desde los centros comerciales establecidos a los puestos ambulantes de los tianguis. Esto hace que la investigación de los precios de competencia sea muy laboriosa y pesada.

Una de las formas de saberlo es fijar una serie de clientes clave, es decir, establecer una comunicación abierta con algunos de ellos que puedan proporcionar información del precio de algunas joyas que hayan adquirido en la competencia.

Otra forma es hacer una investigación de campo, es decir, verificar directamente en los lugares, aunque cabe mencionar que los precios varían de un lugar a otro, ya sea en un centro comercial o tianguis, dependiendo de la zona socioeconómica en donde se ubique.

Tianguis.

Existe diversidad de Tianguis en toda la ciudad de México; éstos se ubican temporalmente en un lugar determinado. La calidad de estos tianguis varía, ya sea por el lugar en donde se ubican o por el estilo de mercancía que ofrecen.

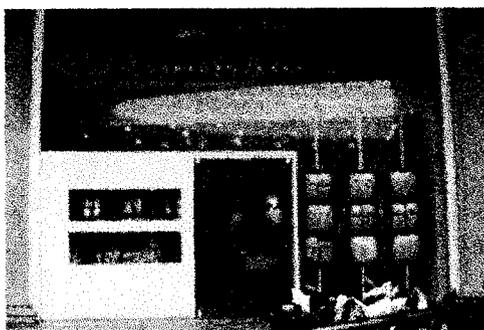
La calidad de joyería de plata que ofrecen es variable, por lo general son diseños comunes que se encuentran de moda y generalmente no ofrecen diseños innovadores.

Al reconocer cuáles son los principales competidores e identificar cuál es el tipo y clase de artículos que ofrecen, se pudo crear una línea que no es tan común como la que se ofrece en la salida de las estaciones del Metro, más bien es una línea que se encuentra de moda y que en muchos casos es la misma que se ofrece en estas plazas comerciales pero a un costo mucho menor.

Tisha

Tiendas Exclusivas

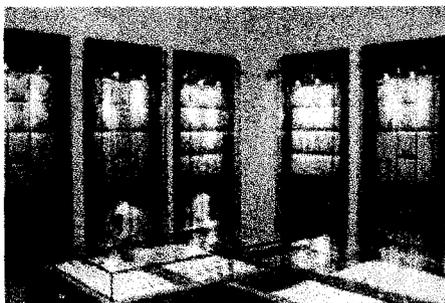
En lo que se refiere a los centros o plazas comerciales, algunos se ubican en zonas residenciales de diferentes puntos de la ciudad; Pabellón San Angel, Mundo E, Pabellón Polanco, por mencionar algunas. A continuación se ilustran los locales que ofrecen joyería de plata en las mencionadas plazas comerciales:



“SAN ANGEL”



“MUNDO E”



“PABELLON POLANCO”

Como puede verse en las fotografías, son tiendas de marcas de prestigio en el ramo, que cuentan con una infraestructura lujosa. Asimismo ofrecen joyería de plata con excelente calidad, diseños novedosos, innovadores, son precursores de la moda en esta ciudad, ya que son los primeros en introducir lo que se encuentra vigente en otros países. Debido a lo anterior el costo de los artículos que ofrecen no son tan accesibles.

Identificación de Precios básicos alternativos.

Después de estimar la demanda y los precios de los competidores, se puede identificar las alternativas básicas de fijación de precios. Estas alternativas dependerán del rango de precios dentro de los cuales se elige competir.

Cálculo del precio neto del fabricante.

En este caso como no hay intermediarios, se realiza una venta directa; el precio neto y el precio base es el mismo.

Estimación de costos.

Es necesario identificar y cuantificar los costos fijos y variables. Los costos fijos son aquéllos en los que no varía su importe total cuando cambian las ventas. Los costos variables son aquéllos que cambian de acuerdo con la producción, aunque en este caso no se fabriquen las joyas.

- **Costos de comercialización:**

- Piezas de joyería
- Transporte
- Viáticos.

- **Materiales indirectos:**

- Bolsas de Telas.
- Líquido limpiador.

- **Costos de Administración:**

- Teléfono.
- Papelería
- Mobiliario

- **Costos de Venta:**

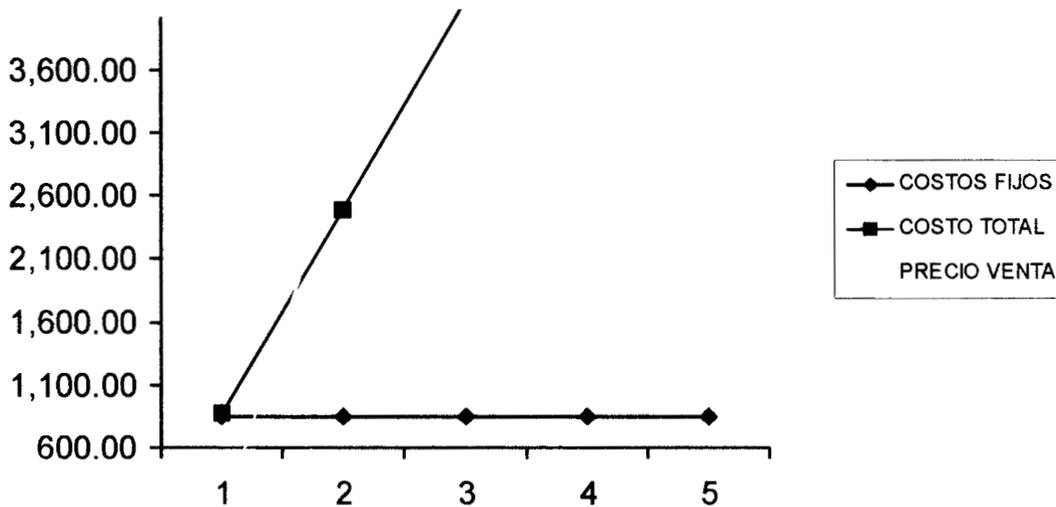
- Catálogo
- Muestrario
- Porcentaje a comisionistas.

Cálculo de la utilidad esperada.

Las utilidades esperadas se obtienen restando del ingreso total los costos totales. La forma más conveniente de hacer esto es empleando el análisis del punto de equilibrio como se muestra en la tabla B. La gráfica de punto de equilibrio muestra la relación entre los costos totales, el ingreso total y los niveles alternativos de fijación de pesos. Los costos totales se muestran como la suma de los costos fijos y variables. Las líneas de precios se muestran para cada uno de los precios básicos alternativos.

tabla B)

UNIDADES	COST. FIJOS	COST. VAR.	COST. TOTAL	PRECIO VENTA	PUNTO DE EQUILIBRIO
1	852.66	16.36	869.02	30.00	62.51
100	852.66	1,636.00	2,488.66	3,000.00	
200	852.66	3,272.00	4,124.66	6,000.00	
300	852.66	4,908.00	5,760.66	9,000.00	
400	852.66	6,544.00	7,396.66	12,000.00	



ESTADO DE RESULTADOS

PERIODO	1	2	3	4
	Trimestre	Trimestre	Trimestre	Trimestre
Precio venta	50	55	63	75
VENTAS (UNIDADES)	96	106	121	146
ingreso por ventas	4,800	5,808	7,681	10,876
Costos Comercialización	2,156	2,588	3,131	3,720
Utilidad Marginal	2,644	3,220	4,550	7,156
Costos de ventas	950	1,140	1,379	1,641
Costos Administrativos	460	550	670	790
Acumulaciones (comisionistas)	0	120	150	160
Utilidad Bruta	1,234	1,410	2,351	4,565
ISR				
RUT	123	141	235	457
Utilidad neta	1,110	1,269	2,116	4,109
Depreciación y Amortización	0	0	0	0
Flujo neto	1,110	1,269	2,116	4,109

Lo que demuestra el anterior estado de resultados es que existe una utilidad neta considerable en cada uno de los cuatrimestres

Oferta del producto.

Formas de ofrecer el producto.

Para ofrecer la mercancía, existen diversas formas, algunas de ellas son las siguientes:

- Catálogos
- Muestrario
- Demostraciones.

Catálogos.

Los catálogos son un conjunto de fotografías de las piezas de joyería, las cuales se colocan en tal forma que puedan mostrar sus mejores ángulos para que el cliente tenga una idea más clara de lo que se ofrece. Debido a que el negocio es de uno o pocos vendedores, el reproducir en imprenta estas fotografías resultaría muy costoso, por lo que esto se hace innecesario, ya que se puede optar por colocar las fotografía en un álbum para ofrecer las piezas.

Ventajas y desventajas del manejo de catálogos:

Ventajas

- Permite realizar las compras de las piezas específicas para surtir los pedidos.
- Permite a los clientes programar sus compras; es decir, saber en qué tiempo determinado tienen que efectuar sus pagos.
- Seguridad al ofrecer la mercancía, ya que enseñar fotografías de las piezas no implica riesgo de pérdida o maltrato de las mismas.
- Control más eficaz de los stocks de existencia.
- Facilidad para el vendedor, ya que puede manipular y transportar el catálogo con suma facilidad.

Desventajas:

- 1- Disminuye la dimensión real de la pieza, es decir, no muestran todos los detalles que conforman las piezas, como el tamaño exacto, el color, el acabado, haciendo que el cliente no se convenza con facilidad para realizar la compra.
- 2- El costo del catálogo es considerable.

La siguiente figura muestra catálogos impresos de joyería, en donde se debe indicar, anexo a la fotografía de la pieza, detalles como: clave del producto, tipo y estilo de la pieza, como anillos, pulseras, etc.; tamaño aproximado, medidas disponibles (cuando se trata de anillos y cadenas), colores (comúnmente cuando contienen piedras semipreciosas) y precio de la pieza. Esta información es básica para proporcionar al cliente una idea más clara del producto.



NOTA: En el anexo del presente trabajo se encuentra el catálogo utilizado para el desarrollo de este negocio.

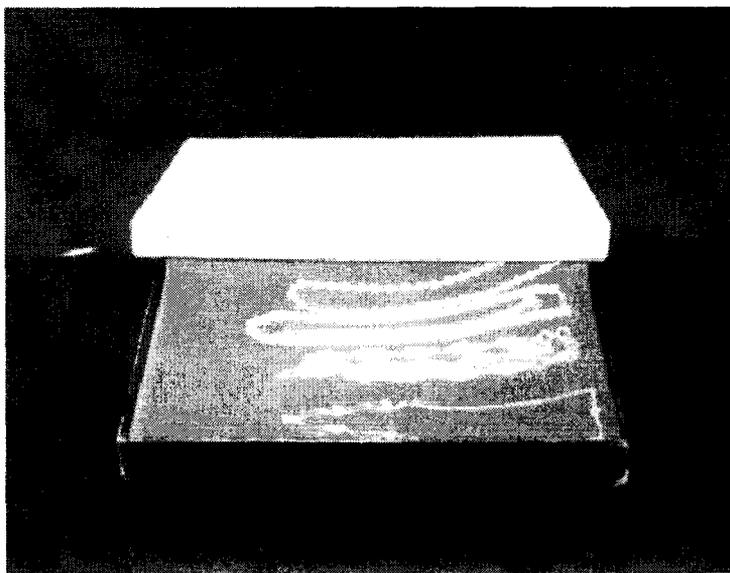
Muestrario.

Como su nombre lo indica muestra en forma directa la mercancía. Su principal objetivo es proporcionar al cliente la facilidad de ver y tocar la mercancía para que éste esté seguro de la compra que realiza, ya que se puede observar a detalle la calidad y tamaño de las piezas, así como probarla para verificar cómo luce.

Existe una gran diversidad de muestrarios de joyería.

Estilos de muestrarios:

- Lienzo de tela, en donde se prenden las piezas; se enrolla formando un tubo y se unen las extremidades, ya sea con un broche o uniendo cordones. Por lo general se elige un material que sea de una textura suave como el terciopelo o fieltro, para que no se maltraten las piezas; se eligen colores que las hagan resaltar, por ejemplo el negro.
- Un portafolio que contenga compartimientos en donde se colocan las piezas de tal forma que el cliente pueda verlas y tocarlas.
- Una variante del portafolio es utilizar una caja de un material no tan pesado, como se muestra en la siguiente figura, la cual contiene rectángulos de cartón, donde se prenden las joyas, y si se forran con tela oscura hace resaltar lo blanco de la plata, para un mejor lucimiento de la misma. Esta opción representa un menor costo.



Ventajas y desventajas.

Ventajas:

- El cliente tiene la posibilidad de probarse la mercancía y así estar seguro de cómo luce.
- Permite no tener duda del tamaño y color exacto de las piezas.
- El cliente verifica tanto los detalles como la calidad de los artículos.

Desventajas:

- Dificultad para transportarlo, por tanto su tamaño como por su peso.
- Sumamente inseguro por la posibilidad de un robo o extravío que representaría una gran pérdida económica y el hecho de que no se podría seguir ofreciendo la mercancía hasta conformar otro.

Demostraciones.

Generalmente se llevan a cabo en el domicilio de un anfitrión, quien se encargará de invitar a familiares, amigos o conocidos, por lo general mujeres, a una reunión en un ambiente cordial y de convivencia, con la finalidad de ofrecer a las asistentes la colección de artículos de plata.

Se contará con una demostradora que se encargará de dirigir la reunión e informar a los presentes de los diversos estilos y líneas con que se cuenta.

Como motivación al anfitrión se le otorgará una retribución por haber proporcionado su hogar para llevar a cabo la celebración del evento. Se le dará un porcentaje de las ventas realizadas en dicha reunión.

Al final de la demostración se levantan los pedidos, para una posterior entrega de la mercancía en un lapso de 15 días a partir de la fecha de la reunión.



Tisha

La forma de pago será de uno solo, efectuándose en el momento de la entrega de la mercancía.

La entrega de la mercancía será realizada por la demostradora en el domicilio de cada cliente, esto con el objetivo de entablar un contacto directo y eliminar intermediarios para una posterior oferta de la mercancía.

El uso de este mecanismo de ofrecer la mercancía, permite establecer un contacto directo con nuevos clientes, ya que ahora saben que existe otra opción para obtener joyería de plata, y establecer así una serie o cadena de demostraciones que vayan ampliando la cartera de clientes. También se puede utilizar alguna de las formas ya mencionadas.

Uno de los inconvenientes que se presentaron al ofrecer la mercancía por medio de muestrarios es que algunos de los clientes deseaban quedarse con las piezas en ese momento.



Tista

Comercialización de la mercancía

Comisionistas

Debido a que llega un momento en que la cartera de clientes se agota y hay que esperar un tiempo prudente para volver a ofrecer la mercancía, una de las formas de aumentar la clientela es establecer un sistema de comisionistas, quienes realizarán la venta sin que ellos hagan una inversión; como retribución se les otorga un porcentaje de las ventas realizadas.

Resulta conveniente que estas personas sean lo más recomendables posibles, ya que se les presta la mercancía, lo que representa un gran riesgo, puesto que si se llegase a perder, repercutiría en una gran pérdida económica, corriendo el riesgo de detener el desarrollo del negocio.

Promociones.

Con la finalidad de incrementar la demanda de la mercancía se llevan a cabo estrategias de promoción, realizando diversas actividades con los siguientes propósitos:

- a) *Comunicar.*- Distribución de la información, es decir, difusión de las ideas.
- b) *Convencer.*- Dar a comunicar las ideas no es suficiente, es necesario convencer al cliente de tomar una acción.
- c) *Competir.*- Para forjar un nido en el mercado y lograr una ventaja sobre la competencia.

Se establecen promociones dependiendo de la época, ya que existe una demanda de la mercancía por temporada, por ejemplo, la época decembrina, el día del amor y la amistad y el día de la madre.

Algunas de las estrategias aplicadas son las siguientes:

- Descuento del 20% del total al pagar de contado.
- En temporadas especiales, se les obsequia una caja para regalo.
- En compras mayores de \$1,000 se hace un descuento adicional.



Al ofrecer la mercancía es importante especificar cómo será el sistema de pago así como la forma y tiempo de entrega de la mercancía.

Forma de pago.

El sistema establecido para liquidar la mercancía es de 2 pagos; uno del 50% del importe total al momento de entregar la mercancía y el resto 15 días después.

Entrega de la mercancía

Al inicio del negocio y por no contar con un gran stock para ofrecer, se manejan los catálogos o muestrarios para que el cliente solicite la joya deseada, haciéndole saber que su pedido le será entregado en un lapso de 15 días.

Distribución Física

El sistema de entrega de la mercancía se realiza programando las zonas geográficas por día y hora. La entrega la lleva a cabo la persona que realizó la venta.



CONCLUSIONES.

En el desarrollo de la investigación para determinar cuál era el mercado potencial de la joyería de plata, me percaté que de un tiempo a la fecha, aproximadamente 5 años, se ha incrementado el consumo de la joyería de plata, debido a muchas razones, una de ellas se debe a la economía, ya que los bajos ingresos hace que cada vez se designe menor cantidad para satisfacer el gusto de un arreglo personal que utilice joyería. Siendo la plata un material relativamente económico hace que su consumo sea cada vez mayor, además de que los artesanos cada día aumentan la calidad de los diseños, así como el imitar creaciones de grandes diseñadores.

Existen diversas formas de ofrecer la joyería en el sistema de venta directa, cada una con sus ventajas y desventajas. Cada cliente es diferente, por lo que se hace necesario ejercer una psicología de venta aplicada en forma particular.

No existe una fórmula que se aplique para hacer que se realice una venta, ya que en este negocio se necesita una gran creatividad para afrontar cada una de ellas. Con base a la experiencia obtenida ha habido la necesidad de reformular o replantear en muchas ocasiones el proceso; por decir algo, el sistema de ventas se realiza ofreciendo la mercancía por medio de muestrario o catálogos, a partir de ahí se levanta un pedido y éste se surte en 15 días, con 2 pagos, uno al momento de la entrega de la mercancía y otro 15 días después. Cuando se utiliza el muestrario en varias ocasiones el cliente no ha querido esperar esos 15 días para obtener su mercancía, ya que en ese momento la requiere, percibiéndose que si no se concreta de esa manera, la venta se puede venir abajo, lo que motivo a realizar una modificación al sistema, pues se adquirieron con los proveedores mas artículos del mismo estilo para que en caso de que el cliente lo requiriera en el momento del ofrecimiento se le entregara. Esto se presentó como una alternativa de venta.

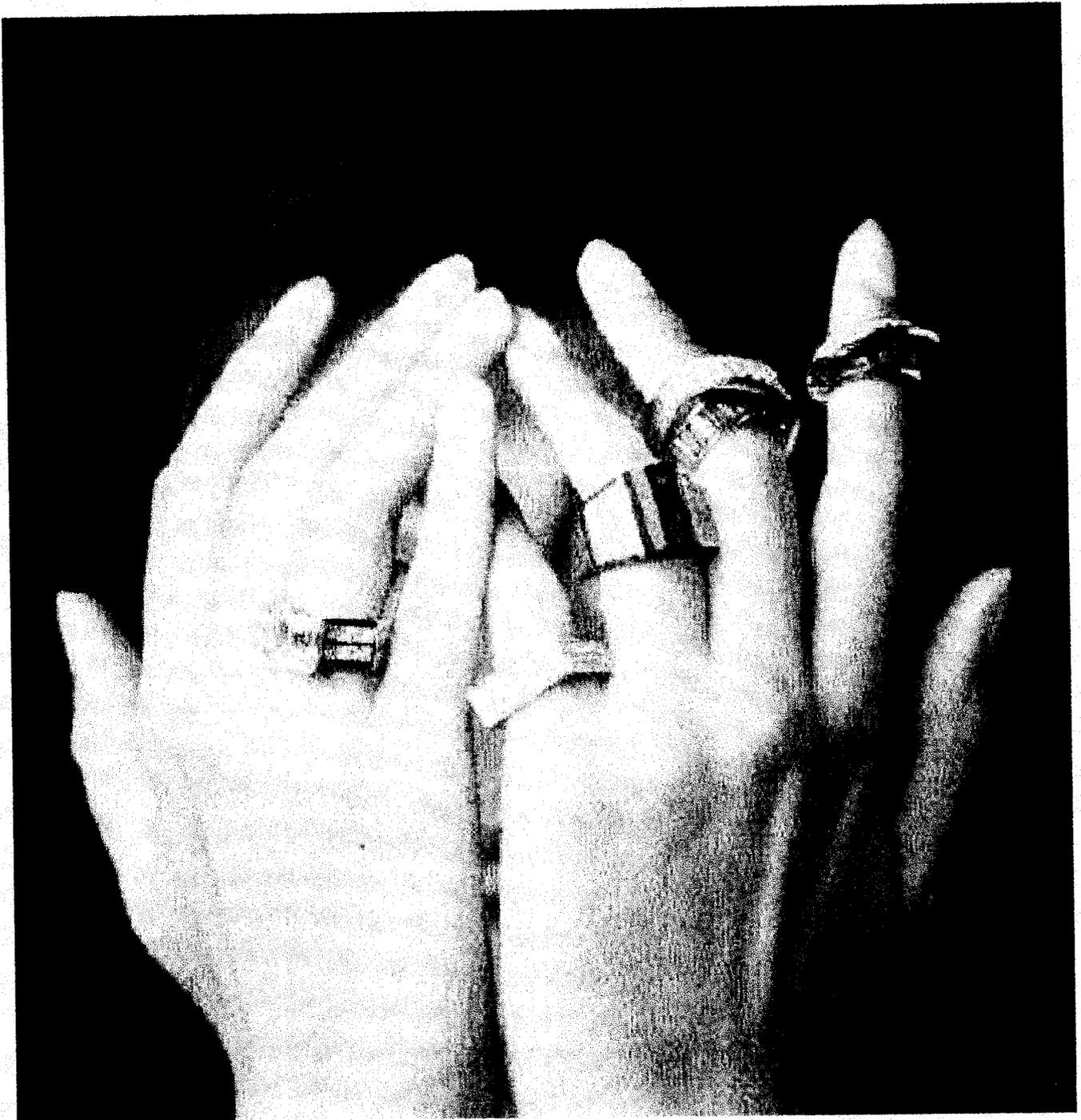


BIBLIOGRAFIA.

- ALCARAZ, Rafael; Emprendedores de éxito. Guía de planes de negocios; Editorial Mc Graw Hill, México 1995.
- BACA Urbina Gabriel; Evaluación de Proyectos. Editorial Mc. Graw Hill; México 1988.
- BELL, Martin L; Biblioteca de mercadotecnia, Tomos I, II, III y IV; Compañía editorial Continental; México 1979.
- MC CARTHY, Jerome E.; Comercialización; Editorial "El Ateneo"; Buenos Aires 1974.
- MURDICK, Robert G y Schaefer; Pronósticos de Ventas; Editorial Prentice Hall; México 1970.
- KOTTLER Philip; Fundamentos de Mercadotecnia; Editorial Prentice Hall; México 1991.
- RAPP, Stan ; Tom Collins; Maxi Marketing; Editorial Mc Graw Hill; México 1991.
- WESTON, Fundamentos de Administración Financiera. Editorial Mc. Graw Hill, México 1998.

Catálogo

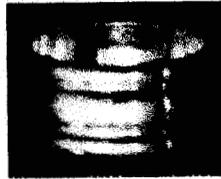
ANILLOS





AN-101

Liso con 2 medias cañas Bronce y plata



AN-102

Tres medias cañas



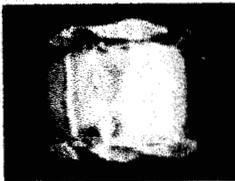
AN-103

Tres medias cañas, 2 plata y 1 bronce



AN-104

Dos bandas de plata gruesa con bronce



AN-105

Plata con bronce martillado



AN-106

Alianza triple en bronce y plata



AN-107

Alianza triple en plata



AN-108

Argolla clásica matrimonial



AN-109

Argolla clásica matrimonial gruesa



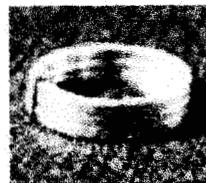
AN-110

Argolla con corazón colgante



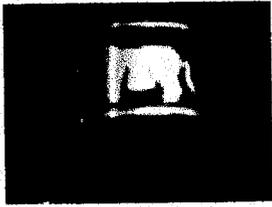
AN-111

Semanario (7 argollas)



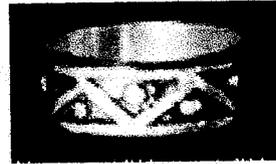
AN-112

Tres argollas tipo semanario



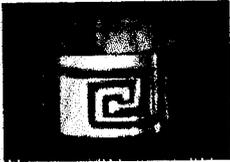
AN-113

Figuras de animales



AN-114

Motivos
precolombinos



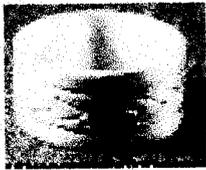
AN-115

Grecas
precolombinas



AN-116

Tipo enredadera



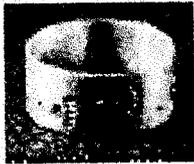
AN-117

Flechas



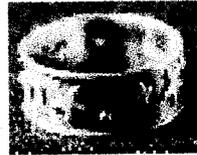
AN-118

Rombos



AN-119

Huellas



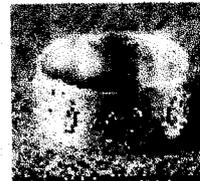
AN-120

Luna y estrellas



AN-121

Escaleras
Prehispánicas



AN-122



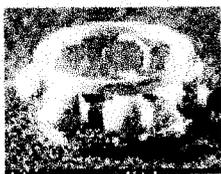
AN-123

Margaritas



AN-124

Espiral



AN-125

Bolitas



AN-126

Medias lunas
entrelazadas



AN-127

Ovalado con
lapislázuli,
Turquesa, o
malaquita



AN-128

Margarita con
turquesa, malaquita
o lapislázuli



AN-129

Bola de circonias



AN-130

Dos medias cañas
con ojo de gato



AN-131

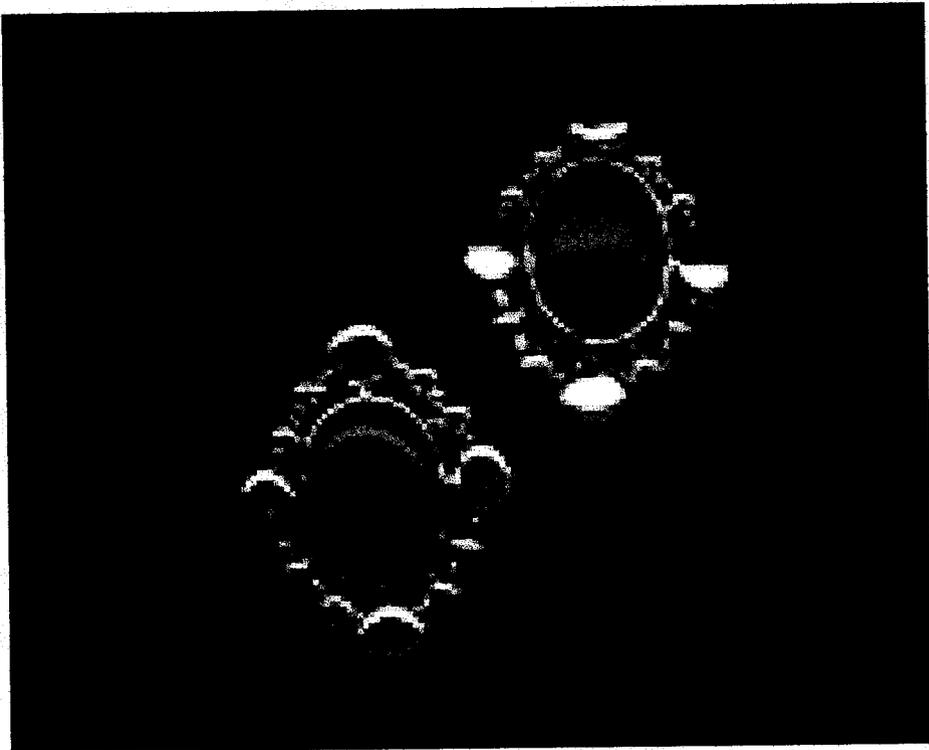
Solitario con circonia

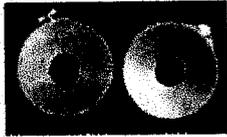


AN-132

Redondo con ojo de
gato

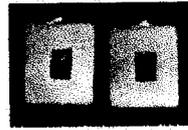
ARETENS





AR-201

Donitas



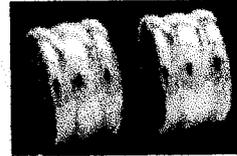
AR-202

Rectángulo perforado



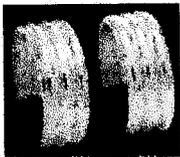
AR-203

Cuadrado



AR-204

Tres medias cañas,
1 plata y 2 bronce



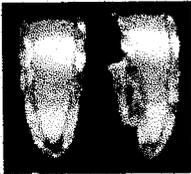
AR-205

Tres medias cañas
plata



AR-206

Flores



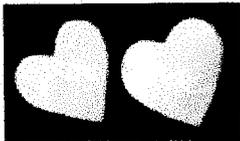
AR-207

Plata con bronce
martillado



AR-208

Arracada hexagonal



AR-209

Corazón plano



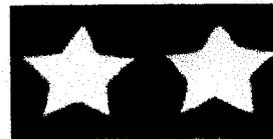
AR-210

Corazón relieve



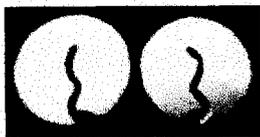
AR-211

Estrella con círculo



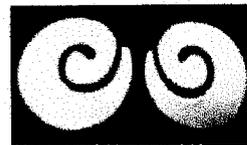
AR-212

Estrella



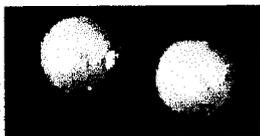
AR-213

Fisura mateada



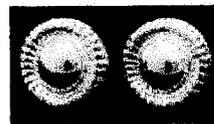
AR-214

Espiral mateada



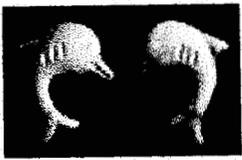
AR-215

Bolitas grandes



AR-216

Bola con trenzado



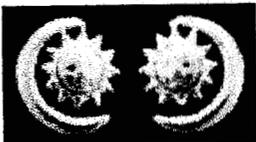
AR-217

Delfines plata con
bronce



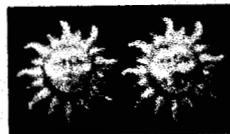
AR-218

Delfines encontrados



AR-219

Eclipse hueco



AR-220

Sol



AR-221

Nochebuena



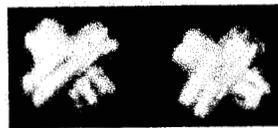
AR-222

Nochebuena rayada



AR-223

Estrella de mar



AR-224

X



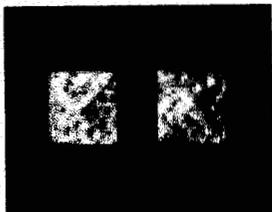
AR-225

Ojo de gato con
montura trenzada



AR-226

Hopi danza ritual



AR-227

Circonia cuadrada



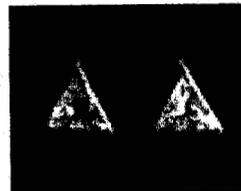
AR-228

Flor de circonia



AR-229

Corazón de circonia



AR-230

Triángulo de circonia



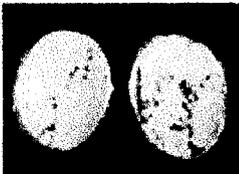
AR-233

Ovalo de lapislázuli,
onix, malaquita,
turquesa



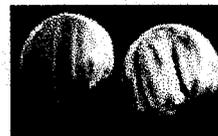
AR-234

Cuadrado de
lapislázuli, onix,
malaquita, turquesa



AR-235

Ovalo grande de
lapislázuli, onix,
malaquita, turquesa



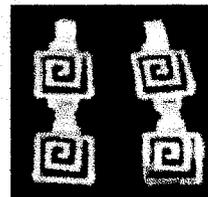
AR-236

Circulo de
lapislázuli, onix,
malaquita, turquesa



AR-237

Estilo zapoteca

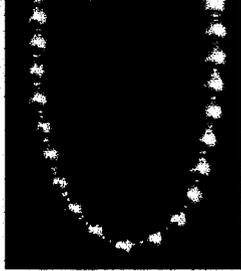


AR-238

Troqueado grecas
cuadradas

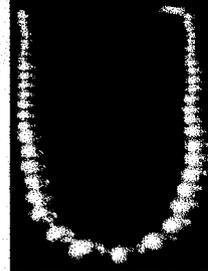
COLLARES





CLL-301

Bolitas



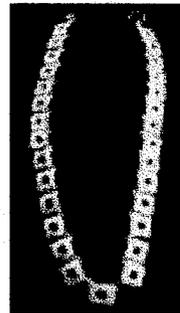
CLL-302

Bolitas de chicas a grandes



CLL-303

Píldoras de diferentes colores



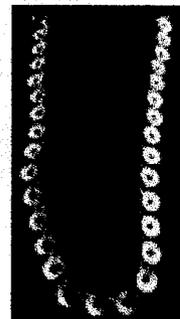
CLL-304

Rectángulo perforado



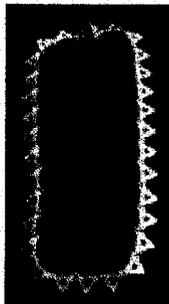
CLL-305

Aros



CLL-306

Donitas



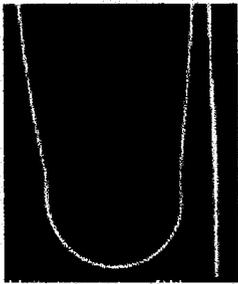
CLL-307

Triángulo perforado



CLL-308

Corazón perforado



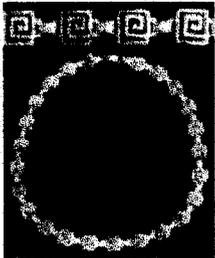
CLL-311

Cola de Ratón



CLL-312

Gargantilla bolitas de
piedra



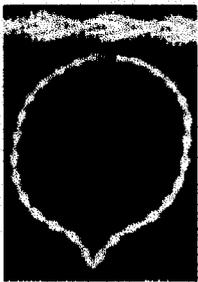
CLL-313

Troquelado grecas
cuadradas



CLL-314

Troquelado grecas
rectangulares



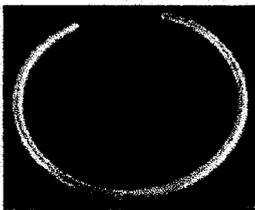
CLL-315

Boleado flecha



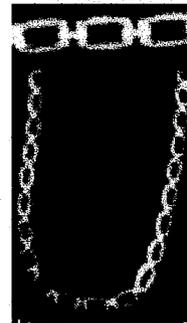
CLL-316

Boleado diagonal



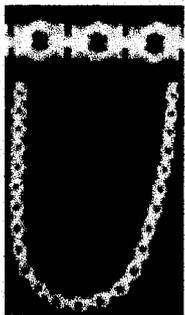
CLL-317

Gargantilla redonda



CLL-318

Rectángulo



CLL-319

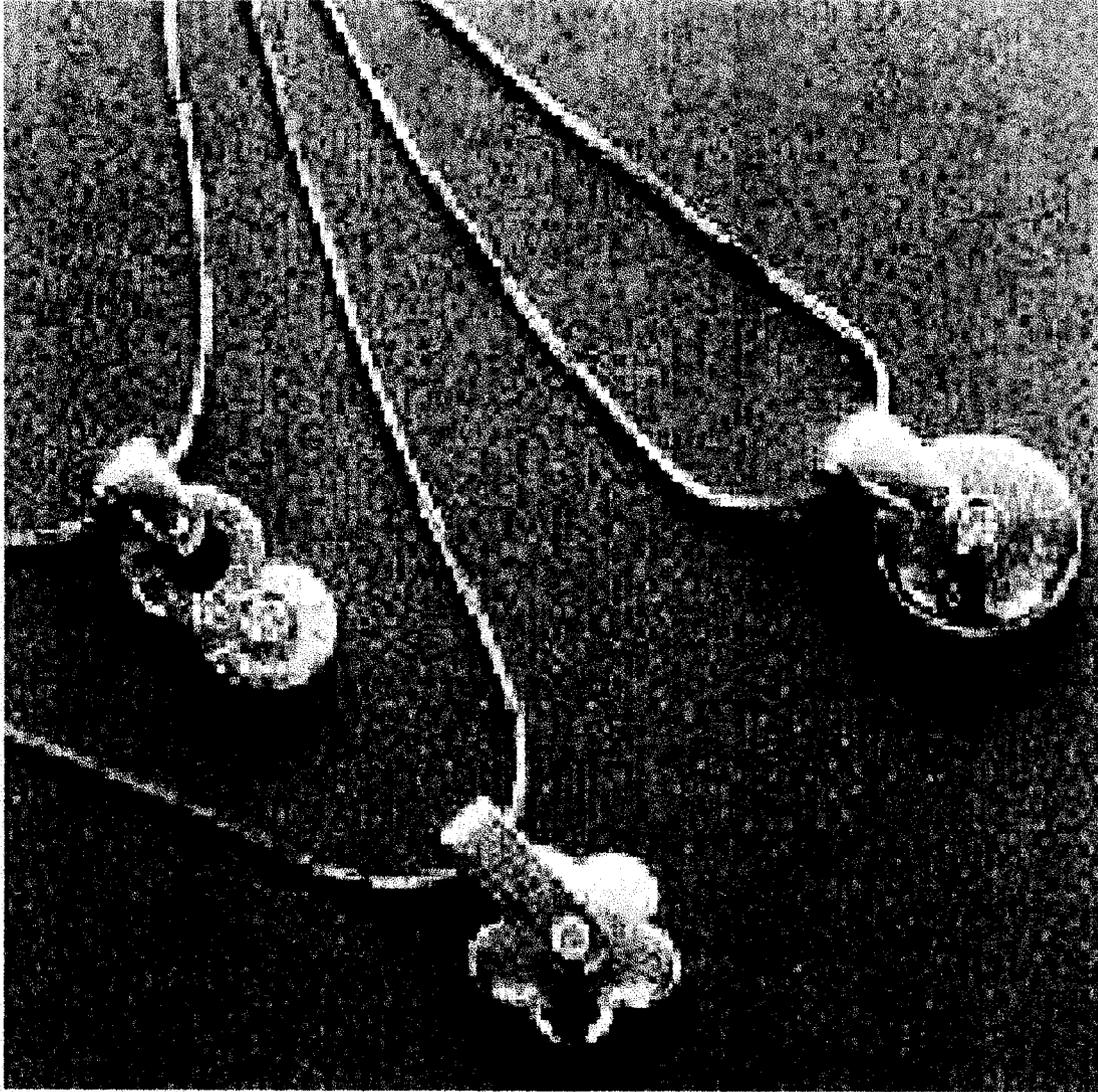
Picos



CLL-320

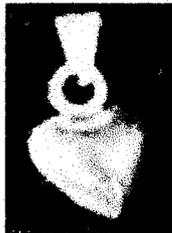
Gargantilla clásica

DIJES

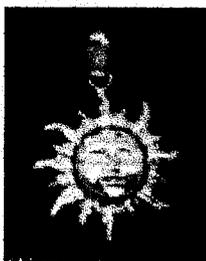




DJ-401
Corazón abultado



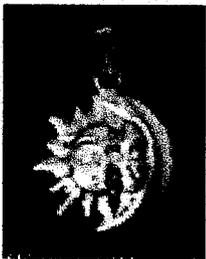
DJ-402
Corazón liso



DJ-403
Sol plata



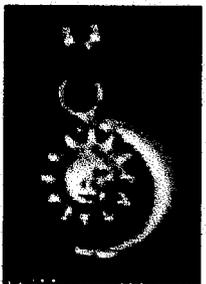
DJ-404
Sol plata y cobre



DJ-405
Sol y luna plata



DJ-406
Sol y luna plata y
cobre



DJ-407
Eclipse hueco



DJ-408
Elefante



DJ-409
Delfines juntos



DJ-410
Delfines encontrados



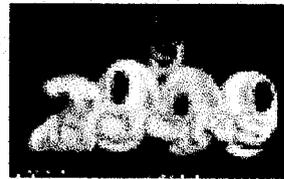
DL-411
Cruz clásica de plata
con circonia



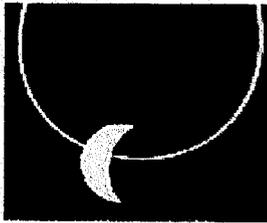
DJ-412
Cruz de plata



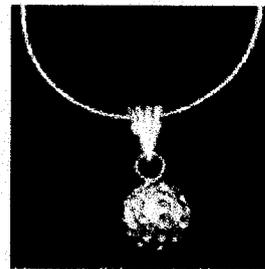
DJ-413
Dije año 2000



DJ-414
Dije año 2000 con
circonia



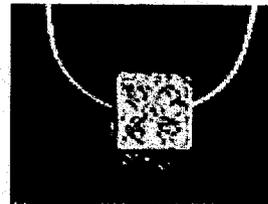
DJ-415
Media luna



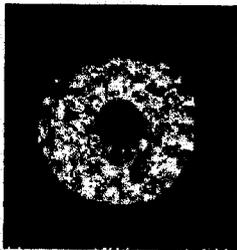
DJ-416
Esfera con circonia



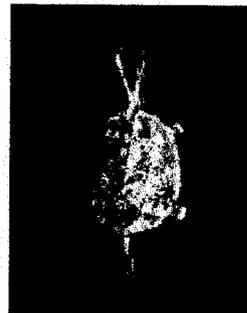
DJ-417
Media esfera con
circonia



DJ-418
Dado con circonia



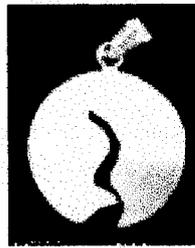
DJ-419
Dona con circonia



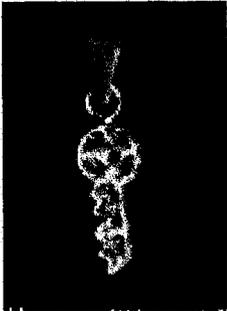
DJ-420
Tortuga circonia



DJ-421
Zapato circonia



DJ-422
Fisura mateada



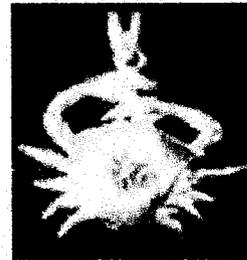
DJ-423
Llave circonia



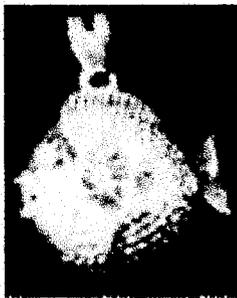
DJ-424
Corazón hueco
circonia



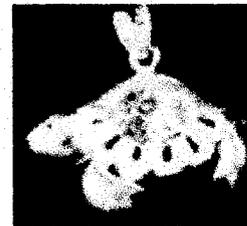
DJ-425
Pendantif circonia



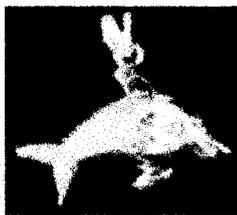
DJ-426
Cangrejo circonia



DJ-427
Pescado inflado
circonia



DJ-428
Pendantif de animales
circonia



DJ-429
Delfin



DJ-430
Buhu



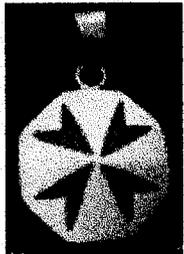
DJ-431

Hopi sol yaqui



DJ-432

Hopi cabeza de flecha



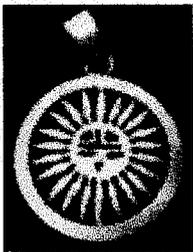
DJ-433

Hopi escudo



DJ-434

Hopi danza ritual



DJ-435

Hopi sol navajo



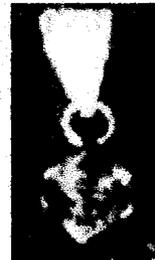
DJ-436

Hopi rupestre



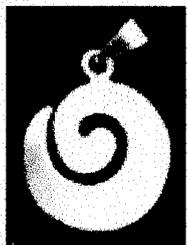
DJ-437

Hopi danzante



DJ-438

Cubo



DJ-439

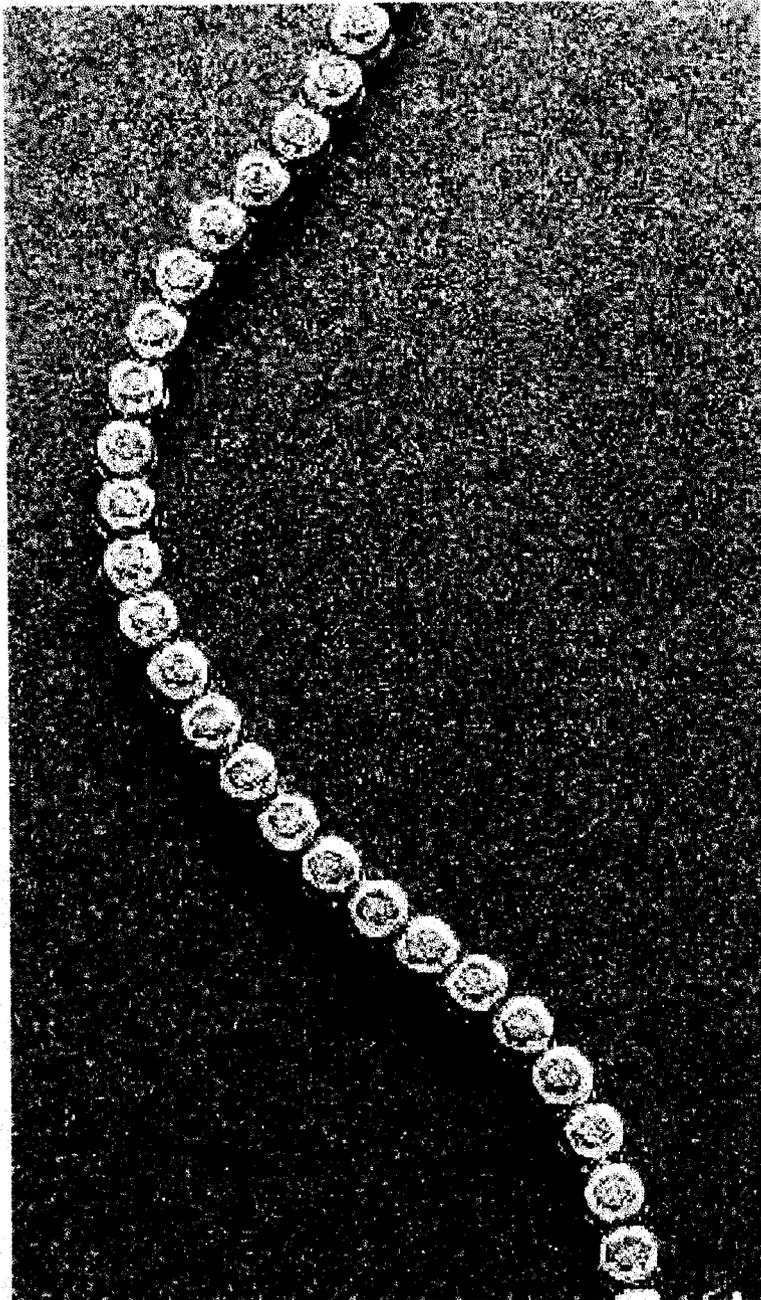
Espiral mateada

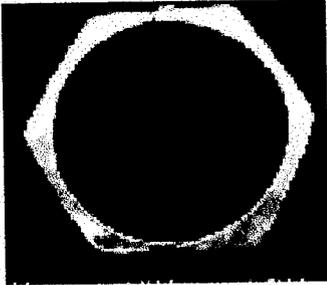


DJ-440

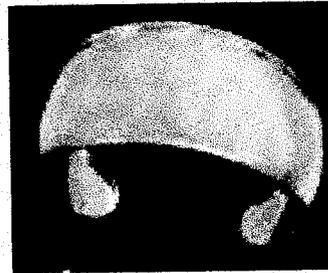
Corazón lapislázuli,
Onix, malaquita,
turquesa.

PULSERAS





PL-501
Hexagonal de plata



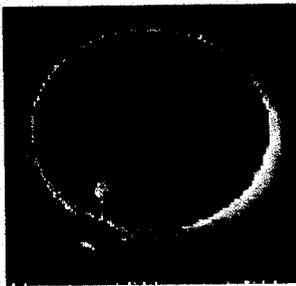
PL-502
Tres media cañas
1 plata y 2 bronce



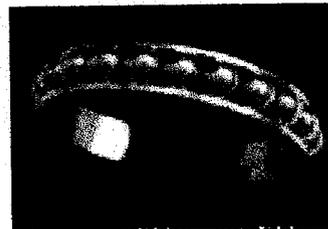
PL-503
Plata con bronce
martillado



PL-504
Donitas



PL-505
Dona firme



PL-506
Bolitas con fondo



PL-507
Tornillos sobre plata



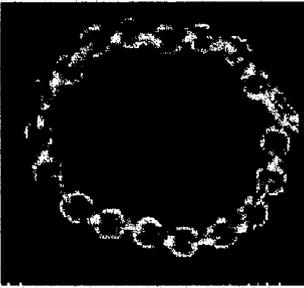
PL-508
Triángulo perforado



PL-509
Resctángulo
perforado



PL-510
Bolitas de plata



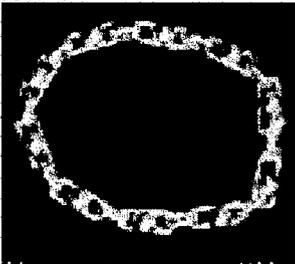
PL-511

Ulua



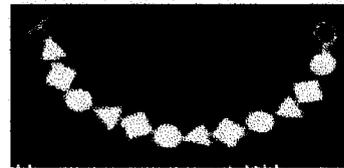
PL-512

Alianza



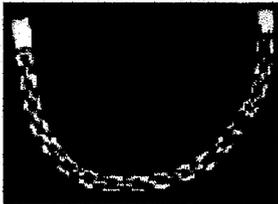
PL-513

Nudo Fuerte



PL-514

figuras geométricas



PL-515

Estilo pantera



PL-516

Hexagonal



PL-517

Hopi danza ritual



PL-518

Hopi plumas



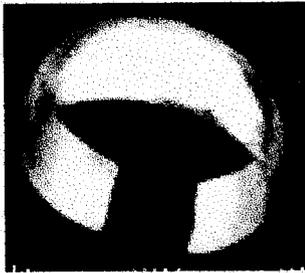
PL-519

Hopi iguana

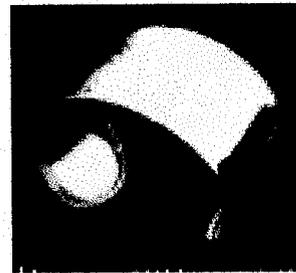


PL-520

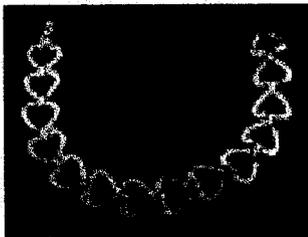
Hopi yaqui



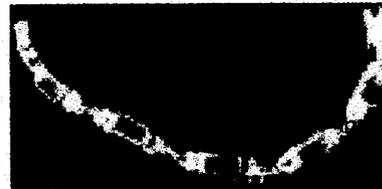
PL-521
Brazalete de dona



PL-522
Dona plana



PL-523
Corazones huecos



PL-524
Rectángular
lapislázuli, onix,
malaquita, turquesa



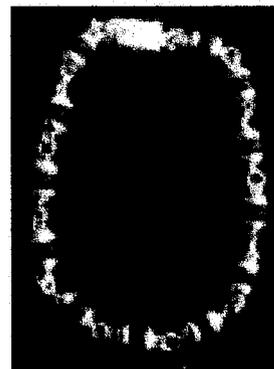
PL-525
Ovalo lapislázuli,
onix, malaquita,
turquesa



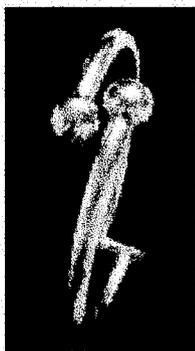
PL-526
Corazón lapislázuli,
onix, malaquita,
turquesa



PL-527
Eslabones



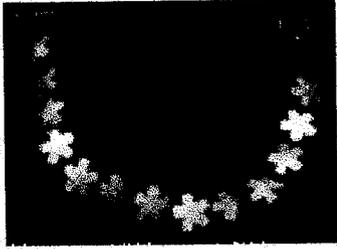
PL-528
Píldoras azules



PL-529
2 bolas de plata

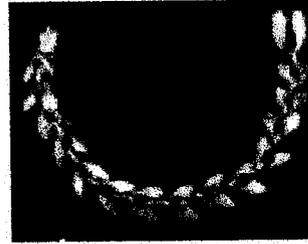


PL-530
Delfines



PL-531

Flores



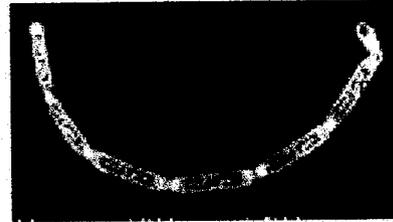
PL-532

Hoja real



PL-533

Troquelado grecas
cuadradas



PL-534

Troquelado grecas
rectangulares



PL-535

Boleado olas



PL-536

Boleado reptil



PL-537

Boleada culebra del
tajín



PL-538

Boleado rombo



PL-539

Boleada sencilla



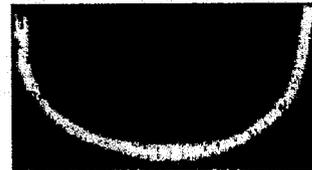
PL-540

Boleado separado



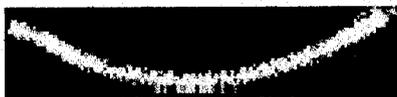
PL-541

Boleado llamas



PL-542

Boleado cienpies



PL-543



PL-544