

# UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

---

**UNIDAD IZTAPALAPA**  
División de Ciencias Sociales y Humanidades  
*Departamento de Economía*



Casa abierta al tiempo

## **FORMACIÓN DE UNA MICROEMPRESA**

**T E S I S I N A**

*QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:*

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**P R E S E N T A:**

**VALDEZ CORTÉS MARIO**

MATRICULA. 96333716



**ASESOR. GARDUÑO VALERO GUILLERMO JAVIER R.**

MÉXICO, D.F. MAYO

2002

A MIS PADRES:

Por que en los momentos buenos y  
Malos, siempre me demostraron su  
Apoyo, guiándome para seguir por él  
camino correcto y poder lograr así  
uno de los propósitos de mi vida.

A MI HIJA:

Gracias te doy por saber esperar  
En momentos tan difíciles para ti  
Pero creo que lo establecido se ha  
Logrado, de verdad gracias.

A MIS HERMANAS Y HERMANO.

Ma. Elena, Alma, Fabiola, Adela,  
Lina, Erika y mi hermano Agustín.

Por que espero ser y seguir siendo  
Un ejemplo digno de ustedes.

CON CARIÑO Y RESPETO  
A TODOS MIS CUÑADOS Y  
SOBRINOS.

Rafael (Q.E.P.D), Jorge, Ernesto,  
José Luis, Guadalupe, Litzzy, Neto,  
Anahi, Efrén, Carolina, Brenda,  
Jorge, Rafa, Cristian, Alejandra,  
Yadira, Sergio.

CON AFECTO Y RESPETO  
PARA EL PROFESOR.

*Guillermo Javier Rolando Garduño Valero*

Por el gran apoyo que me brindo para la  
Elaboración de este trabajo, que sin su ayuda  
No lo hubiera logrado por esto y más GRACIAS:

A MI NOVIA (SONIA)

Gracias de verdad, por saber aguantar  
Y esperar en los momentos más difíciles.  
Aquella cadena de oro es fuerte y los benditos  
Nudos podrán mantener nuestros corazones  
Juntos por toda una eternidad.

## INDICE

<b>I. INTRODUCCIÓN.</b>	1
<b>II. ANTECEDENTES.</b>	4
* Definición y aproximación a las PyMES.	7
* Principales características.	7
* Importancia de las PyMES.	8
* Condiciones sobre las que operan las PyMES.	10
* Visión y Misión.	12
<b>III. OBJETIVOS Y METAS.</b>	13
<b>IV. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.</b>	15
<b>V. PLANEACIÓN.</b>	17
* Ventajas de la planeación.	19
* Desventajas de la planeación.	21
* Requisitos para abrir una empresa en México.	24
* Tramites que se deben realizar para estar bien legalmente.	28
* Cual debe ser el monto de capital para iniciar.	34
* Ubicación de la empresa.	34
* Quienes serán mis proveedores.	34
* Cuanta gente se requiere.	35
* A quien le voy a vender y como.	36
* Que es una marca y como debo registrarla.	36
* Que es una patente y requisitos para solicitarla.	37

<b>VI. PRODUCCIÓN.</b>	38
* Características de muebles.	42
* Control de inventarios.	43
* Tabla de costos.	44
* Compras.	46
* Sistema de compras.	47
* Calidad de la producción.	48
* Calidad y productividad.	49
* Empresa de transformación.	51
* Proveedores.	51
* Funciones de una empresa de transformación.	53
* Cuadro de empresa.	54
<b>VII. MERCADOTECNIA.</b>	55
* Concepto.	56
* Cuestionario para consumidores.	62
* Gráficas.	63
* Objetivos del precio.	66
* Fijación de precios para productos nuevos.	68
* Tácticas de precios.	69
* Descuento y Ofertas.	70
<b>CONCLUSIÓN.</b>	71
<b>BIBLIOGRAFIA.</b>	73

## I. INTRODUCCIÓN.

En el siguiente trabajo vamos a ver la gran necesidad que tenemos como empresa para crear nuevos productos o de innovar alguno existente, esto con el fin de poder mantenernos dentro del mercado existente y no vernos rezagados por la competencia.

Es indiscutible que quien realiza por si mismo una función no merece ser llamado "Administrador". Pero desde el momento en que delega en otros, determinadas funciones, siempre que estas funciones se realizan en un organismo social, dirigiendo y coordinando lo que los demás realizan, comienza a recibir el nombre de Administrador.

La experiencia nos enseña y los estudios sociológicos se encargan de justificar esta apreciación que el hombre se agrupa en sociedad, principalmente por su insuficiencia para lograr sus fines por si solo.

De lo dicho antes se deduce que, al buscar al hombre satisfacer sus necesidades en la sociedad, lo hace con la mira inmediata de lograr esto a través del mejoramiento de una serie de funciones que uno solo no podrá realizar.

Todo esto nos indicara la forma de coordinar a las personas y las cosas que van a formar a la empresa, y precisamente en razón de la manera en que se coordinen, se obtendrá mayor eficiencia.

La administración busca en forma directa precisamente la obtención de resultados de máxima eficiencia en la coordinación, y solo a través de ella se podrán ver los resultados esperados.

Por esto se analizaran cada punto que interviene en la empresa u organización.

Los consumidores, de poder adquirir algún mueble tubular, para tener una mayor comodidad y durabilidad, esto debido a la gran variedad de muebles existentes en el mercado.

Esto con la finalidad de poder crear mayores espacios en los hogares, principalmente en las unidades habitacionales, debido a la gran demanda de departamentos y a la gran necesidad de ahorrar espacios y dinero.

Todo esto lo vamos a implementar con la experiencia adquirida a través de los años tanto en practica como en teoría, se pretenden aplicar de la manera mejor posible los principios de la administración.

Aplicando correctamente los principios de la mercadotecnia, cualquier empresa tiene la posibilidad de no caer siempre y cuando se lleven bien a cabo estos principios. La creación de nuevos productos o la innovación, es verdad que crea costos pero asegura que seremos nosotros mismos los que enterremos un producto anterior para poder colocar otro dentro de la preferencia de los consumidores.

Esta empresa estará dedicada al ramo mueblero y se piensa inicie a finales del 2001 o a principios del año 2002 contando únicamente con tres trabajadores.

En lo que respecta a la infraestructura de la empresa se cuenta con 50m cuadrados por el momento, los cuales se tiene establecido se distribuyan de la siguiente manera:

- 20m para la estructuración de los muebles.
- 15m para lo que es el terminado.
- Los 15m restantes para que sirvan como almacén y de oficina.
- Una planta para soldar fierro.

- Careta para soldar.
- Una compresora de  $\frac{3}{4}$  de caballo de fuerza.
- Pistola para pintar.
- Un tornillo de tamaño regular.
- Rehilete o pulidor de marca bosh.

**Herramienta:**

Arco y segueta.

Limatones y limas para metal.

Pasta para automóvil esto para poder cubrir las imperfecciones.

Como se menciona anteriormente esta empresa estará dedicada al ramo mueblero y particularmente a los tubulares.

Tratando de ver cada uno de las áreas que con lleva a la buena administración y al buen logro de la empresa se irán identificando cada una de las áreas expuestas en este trabajo.

## **II. ANTECEDENTES.**

Se pretende que sea una empresa competitiva de acuerdo a la experiencia que he adquirido durante estos últimos quince años en lo que respecta a la fabricación y comercialización de los muebles tubulares, donde también puedo apreciar y supervisar la calidad de los mismos, tanto en camas, comedores, libreros etc.

Considero que he adquirido el conocimiento suficiente y la experiencia como para poder llevar acabo el inicio de esta empresa y así poder competir con los grandes fabricantes de muebles.

El liderazgo del mercado local requiere de tiempo y de continuos esfuerzos para poder tener nuevos diseños, procesos de producción y negociaciones con nuestros proveedores para una mayor calidad en materiales y así adquirir poder adquirir si no el mayor si uno de los mas altos estándares que nos pueda distinguir dentro del mercado.

Se trata de combinar los conocimientos con la experiencia adquirida y poder tener una gran habilidad laboral.

Contaremos con una gran producción en términos de calidad y satisfacción para poder cubrir las necesidades de nuestros clientes y proveedores esto para poder cumplir con los requerimientos de volumen para en algún día poder pensar en las exportaciones.

Muebles tubulares “JOKER” pretende ser una empresa sólida, dedicada a la fabricación y distribución de muebles tubulares.

Se pretende contar al principio con tres trabajadores, tanto en producción, terminado y comercialización del producto.

Se pretende como una de las metas de nuestra empresa elaborar el mejor producto para cada mercado, con diseño, calidad y precio para poder así garantizar la total satisfacción de los clientes, todo esto cuidando los siguientes conceptos:

- Diseño del producto
- Fabricación
- Innovación
- Satisfacción
- Ventas

Contaremos con un grupo de personas dedicadas al constante desarrollo de nuevos modelos que no únicamente satisfagan los estándares actuales sino ser superiores en seguridad y rigidez comparados con los productos de nuestros competidores.

El mejoramiento continuo, nos permitirá tener las mejores opciones en el mercado en lo que respecta a diseño, materiales procesos de elaboración y acabados diferentes.

Nuestros diseñadores tomaran en consideración el estilo, comodidad y durabilidad de los diferentes tipos y modelos de muebles.

Lo anterior indica que, entre las formas de coordinar las personas y las cosas que conforman una empresa, y precisamente en razón de la manera en que se les coordine, se obtendrá mayor o menor eficiencia, independientemente de la eficiencia que sea resultado del tipo de maquinaria, de la bondad de los sistemas de producción, de la capacidad del mercado, del monto del capital disponible, etc., ya que esa coordinación, no solo aprovecha mejor y multiplica la eficiencia de cada elemento, sino que, sin ella, cada una de esas eficiencias particulares sería inútil, o por lo menos insuficientemente aprovechadas.

Esto significa que la coordinación, traducida en concreto en la forma como se estructure y maneje la empresa estará también sujeta a la ley de la máxima eficiencia, y que existen reglas y técnicas específicas para lograr esa máxima eficiencia de la coordinación.

La administración buscara en forma directa precisamente la obtención de resultados de máxima eficiencia en la coordinación, y a través de ella, la máxima eficiencia y aprovechamiento de los recursos materiales, tales como:

- Capital.
- Materias primas.
- Maquinaria.
- Etc.

La coordinación será por ello, como la esencia misma de la administración de la empresa, para la mayor parte de este proyecto.

## **DEFINICIÓN Y APROXIMACIÓN A LAS PyMES**

En México la estrategia de industrialización basada en el proceso sustitutivo de importaciones tendió a fomentar sobre todo a la gran empresa, con el fin de aprovechar al máximo las economías de escala. Sin embargo, es en la década de los ochenta cuando la economía mexicana comienza a dejar atrás el viejo modelo de desarrollo, que las micros, pequeñas y medianas empresas (PyMES) vuelven a tener un auge inusitado.\*

## **PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS PyMES**

Las PyMES constituyen un grupo muy diferente de establecimientos. No sólo varían en dimensión y en complejidad de estructura, éstas producen además, una amplia gama de productos destinados a una gran diversidad de mercados.

México, desde el punto de vista productivo, es un país de micros, pequeñas y medianas empresas, no sólo en el rubro industrial sino en todas las actividades económicas tales como comercios, servicios, transportes, agricultura y ganadería, etc.

De acuerdo con el INEGI las microempresas son unidades productivas de hasta 15 empleados, considerando que una parte de los que laboran no tienen un salario y no siempre se presenta la relación patrón -asalariado. En un buen número de casos la microempresas está asociada al trabajo familiar o de miembros de la familia extensa.

---

\* Las PyMES han tenido un destacado papel a lo largo del proceso de industrialización, en la mayoría de los países, independientemente del grado de desarrollo alcanzado por sus economías. El arranque de dichos procesos y su avance a etapas superiores se produjo tendiendo como base a este grupo de establecimientos industriales, cuya función como productores de bienes de consumo para el mercado interno o como proveedores de insumos o materias primas de las grandes empresas han sido determinantes. En México sin la participación activa de las micros, pequeñas y medianas empresas no habría sido posible lograr el progreso alcanzado por nuestra economía a partir de los años 40's.

Existen diversas modalidades de microempresa ya que puede ser una unidad productiva familiar sin trabajo asalariado y, en muchos casos, presentar fases de transición hacia el típico taller capitalista.

La pequeña y mediana empresa constituyen el centro del sistema económico del país.

El crecimiento de estas empresas se debe a la masificación de la sociedad, a la necesidad de concentrar grandes capitales y recursos técnicos para el adecuado funcionamiento de la producción y los servicios.

	Industrial Número de trabajadores	Comercio y Servicios Número de trabajadores
MICRO	1 a 15	Hasta 2
PEQUEÑA	16 a 100	3 a 5
MEDIANA	101 a 250	6 a 20
GRANDE	251 y más	21 y más

## IMPORTANCIA DE LAS PyMES

En México las micro, pequeñas y mediana empresas son de gran importancia para nuestra economía, representando el 90% del total de empresas constituidas que emplean a más del 42% de la población económicamente activa y contribuyen en alrededor del 23% del producto interno bruto.\*

\* Datos obtenidos del acuerdo por el que se determinan las reglas de operación e indicadores de evaluación y gestión para la asignación del subsidio destinado a la operación del fondo de apoyo a la Micro, Pequeña y mediana empresa para el ejercicio fiscal del año 2001.

Estas proporcionan más de la mitad de todos los empleos del país, incluyendo actividades que no son comerciales. Tal cifra se va incrementando conforme se automatizan, cada vez más, las grandes empresas. Si bien la gran empresa genera un mayor volumen de empleo en un primer momento, con el paso del tiempo esto se va modificando pues son los pequeños negocios los que general más empleo.

La fuerza de creación de empleo de los pequeños negocios a través del tiempo se ve reforzada por el hecho de que el nivel de capitalización que requieren estas empresas para crear un nuevo establecimiento es menor que el requerido para abrir un gran establecimiento.

Otro aspecto ha considerar es que, históricamente, las PyMES han proporcionado una de las mejores alternativas para la independencia económica; podemos decir que este tipo de empresa no sólo ha representado una gran oportunidad para que los grupos en desventaja económica puedan consolidarse por mérito propio, sino también se les considera como el “semillero” de los nuevos empresarios.

Igualmente, las PyMES ofrecen el campo experimental en donde se generan con frecuencia nuevos productos, nuevas ideas, nuevas técnicas y nuevas formas de hacer las cosas.

La importancia social que se les asigna a las PyMES reside en el hecho de que contribuyen a elevar el nivel de ingresos de la población, esto al crear un mecanismo redistributivo de la propiedad entre parientes y amigos que son quienes forjan una idea e inician una actividad industrial en pequeña escala.

De tal forma, esta clase de empresas son un mecanismo de captación de pequeños ahorros para hacerlos productivos, ahorros que de otra forma permanecerían ociosos.

## CONDICIONES SOBRE LAS QUE OPERAN LAS PyMES

Atendiendo a la clasificación anterior apuntaremos las condiciones más importantes bajo las que recurrentemente operan las PyMES. De éstas destacan:

***Inversión y tecnología.*** Las empresas son en su mayoría “caseras”, (sobre todo si consideramos a la micro y pequeña empresa) y cuenta con poco capital fijo (maquinaria y equipos). Las técnicas de producción son simples; sin tareas especializadas y usualmente los productos son de baja calidad.

El proceso suele ser intensivo en mano de obra de escasa calificación. El propietario usualmente tiene poca o nula capacitación en administración y mercadeo, así como limitada capacidad para adaptar, modificar o mejorar los productos.

La manufactura en la empresa se efectúa en locales con características de taller; puede ser de dimensión muy pequeña, hasta ocupar un número considerable de trabajadores asalariados. Dispone de una mayor inversión en maquinaria, equipo y herramientas.

***Administración.*** Uno de los problemas de mayor importancia al que se enfrenta la micro, pequeña y mediana empresa es su incapacidad en la administración. A menudo las empresas caseras son establecidas por el propietario, el cual se encarga además de labores diversas; por lo regular, no hay separación entre la producción, la administración y la comercialización. El conocimiento y contacto directo con la clientela le permite efectuar cierta adaptación del producto a la demanda y nivel de ingresos de la clientela.

***Fuentes de financiamiento.*** Es común que el capital inicial para establecer una empresa pequeña provenga de ahorros del propietario o familiares. Por lo demás, las empresas medianas y pequeñas enfrentan serias dificultades para obtener financiamiento ya que son empresas con un restringido capital, lo cual les impide cumplir con las garantías requeridas para la obtención de crédito, que generalmente tiene una relación dos a uno.

***Destino de la producción.*** En los establecimientos caseros los productos fabricados son de bajo precio y baja calidad, destinados a consumidores de bajos ingresos. Una alta proporción de las ventas es directa y los mercados suelen presentar gran segmentación tanto geográfica como por el estrato de ingresos de los clientes.

La micro empresa (casera) puede aislarse del ciclo económico debido al tipo de productos producidos y al carácter de los mercados atendidos, usualmente de bajos ingresos.

## **VISIÓN Y MISIÓN.**

### **Nuestra Misión**

Desarrollar cosas innovadoras, eficientes y productivas, de integración en muebles para el hogar, tanto metálicos, como tubulares, brindando optima calidad y servicio, trabajando con nuestros clientes y proveedores como socios estratégicos con objetivos comunes, utilizando el mejor equipo humano y con la mejor calidad, todo esto para la gran satisfacción del cliente, proyectando una imagen que brinde a los clientes gran seguridad y confianza sobre todo.

### **Nuestra Visión**

Ser una de las principales empresas Mexicanas, integradora de manufactura en el ramo de los muebles tubulares para el hogar con calidad total, que genere alta rentabilidad, permita el engrandecimiento de la empresa, la superación de todos sus integrantes y contribuya al desarrollo de la comunidad.

### **III. OBJETIVOS Y METAS.**

Estos serian alguno de los objetivos y metas planteados hasta el momento, que considero son importantes para la realización de esta empresa:

- Ser una empresa importante a través del desempeño, por encima del promedio de la industria mueblera.
- Ser la “marca” cuando nuestros clientes mencionen la palabra calidad y durabilidad.
- Ser la empresa más atractiva dónde trabajar en el ámbito de la industria mueblera.
- Ofrecer productos que cumplan los requerimientos del clientes.
- Mejorar continuamente los procesos que impactan en la calidad que se ofrezcan a los clientes.
- Se tiene contemplado que la empresa se incorpore al mercado de la industria de muebles tubulares.
- Que se logre mantener dentro del mercado en un lapso de tiempo estimado de 3 a 5 años como manufacturero.
- Posteriormente y de acuerdo con la implantación de este lapso se puedan fabricar muebles hospitalarios en su gran variedad de muebles, tanto tubulares como metálicos, pero, para llevar acabo esta idea, se necesitara maquinaria mas sofisticada.

- Se pretende mejorar modelos y calidad existente dentro del ramo mueblero, es por eso, que se buscaron los diferentes puntos posibles que se deben llevar a cabo, para el posible objetivo, tanto en marcas, patentes, administración, planeación, organización, etc.

Todo esto con el fin de poder desarrollar toda la experiencia adquirida a través del tiempo que llevo de desenvolverme en el ramo mueblero tanto en hospitales como en el hogar.

## IV. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

La empresa mueblera “JOKER” será una empresa que se dedique a la fabricación y comercialización de muebles para el hogar (Metálicos y Tubulares)

Uno de los criterios mas utilizado para la descripción de la empresa, es en el que, de acuerdo con el tamaño de la empresa, se establecerá, ya que como va a ser una empresa pequeña tanto en la introducción como en los antecedentes se toma en cuenta que es lo que se pretende y como hacerlo.

A continuación se presentaran algunos de los puntos mas importantes en los cuales se tiene pensado incursionar y manejar como guía de esta empresa que estará dentro de la gran gama de empresas que quieren sobresalir en el ámbito de la manufactura.

En el ámbito *financiero*, el tamaño de la empresa se determinara con base en el monto del capital inicial, en este contexto, se mencionan algunas cantidades (aunque no son definitivas) que de acuerdo a la capacidad con que se trabaje en ello, se pueda ir incrementando cada situación económica.

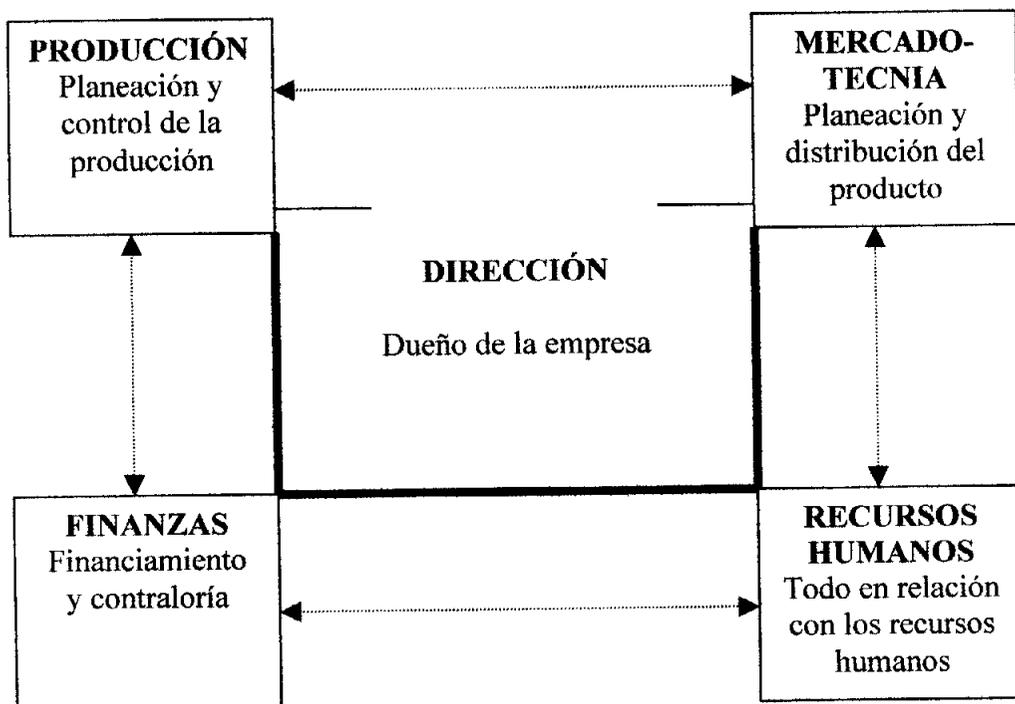
Con lo que respecta a la *producción*. Este criterio clasificara a la empresa de acuerdo con el grado de calidad de la producción, mano de obra, maquinaria y procesos que se tengan que llevar a cabo; así una pequeña empresa como muebles “JOKER” es aquella en la que el trabajo del hombre será decisivo, o sea que será artesanal aunque en algún momento o en un futuro también pueda estar mecanizada.

Otro de los puntos que considero son importantes para el buen funcionamiento de la empresa es la *mercadotecnia* que se lleve a cabo, en este punto, también es importante el tamaño de la empresa en relación con el mercado que la empresa establecerá y con el monto de sus ventas, con todo esto y de acuerdo a este criterio, la empresa se dedicara por

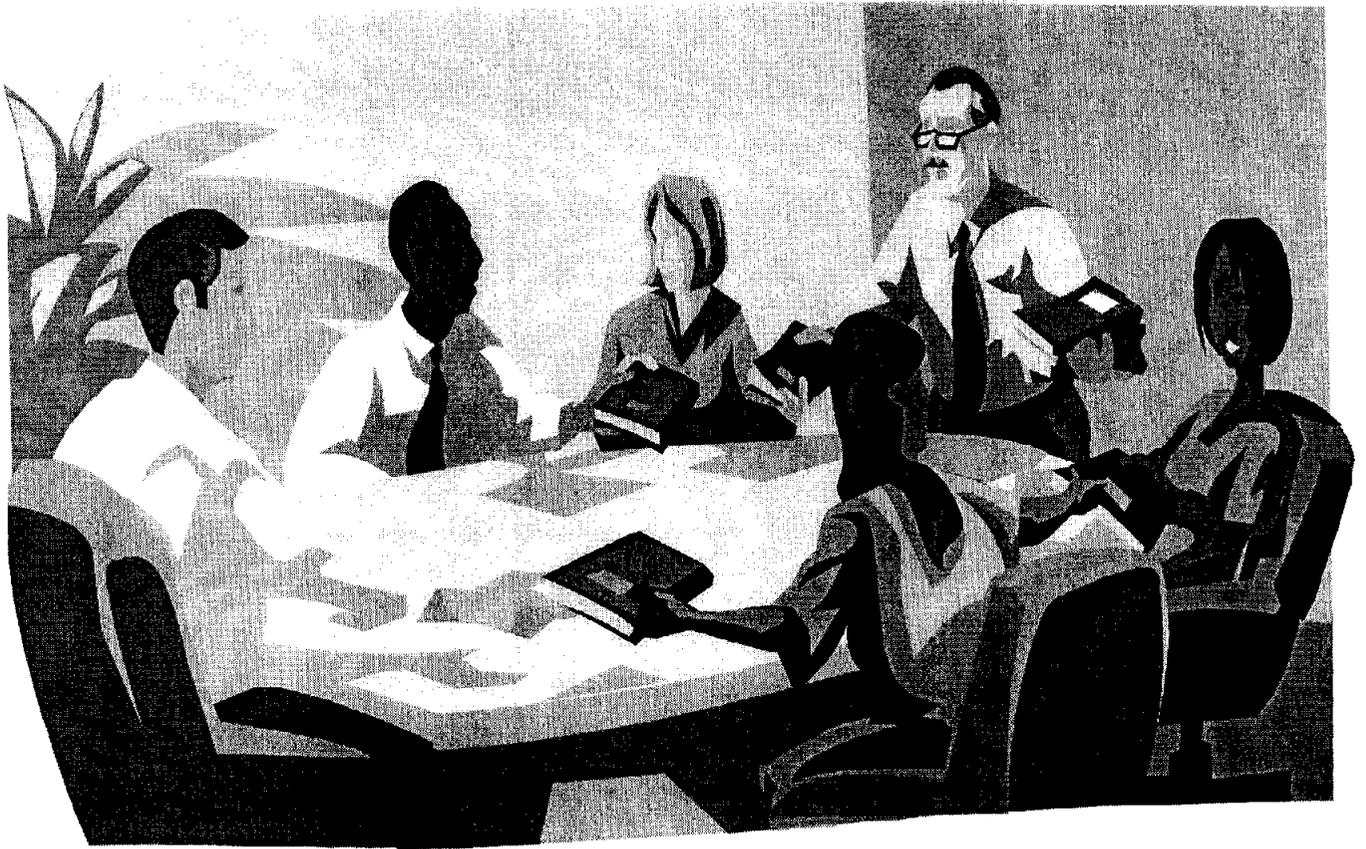
el momento a ventas locales, con esto quiero decir que, dentro de la zona donde se encuentre ubicada y sus alrededores.

El tema de *los recursos humanos* también será importante ya que dentro de el nos encontraremos las personas que laboraremos en la empresa y por consecuencia es importante que todos estemos a gusto con la manera de hacer las cosas y hacerlas bien.

A continuación se muestra el organigrama de la empresa, en el cual se puede ver, como es que se interrelaciona cada uno de los departamentos y de las actividades que se van a llevar a cabo.



Como se puede ver existe una gran interrelación entre todos los departamentos y eso es debido a que el dueño tiene que estar en su gran mayoría en las funciones de todos y en la debida supervisión de cada uno de ellos.



# V. PLANEACIÓN

## V. PLANEACIÓN.

La planeación es seleccionar la información y hacer suposiciones respecto al futuro para formular las actividades necesarias para realizar los objetivos organizacionales.

Está compuesta de numerosas decisiones orientadas al futuro. Representa el destinar pensamiento y tiempo ahora para una inversión en el futuro. Algunos la han expresado como descubrir cosas hoy para poder tener un futuro mañana.

Es verdad que ciertos objetivos se alcanzan con relativamente poca planeación, pero en esta edad moderna en la que algunas tareas se han vuelto bastante complejas, en donde se halla involucrada más tecnologías y más personas desean estar informadas y participar en lo que se va a hacer, y con la siempre creciente diversidad de productos y servicios, la planeación se ha convertido en una necesidad.

Ninguna empresa podría alcanzar el éxito si no cuenta con una administración competente, la obtención de resultados requiere el apoyo de una buena planeación.

La planeación se basa en el futuro tomando aspectos relevantes del presentes con el fin de anticiparse a futuras complicaciones. Busca establecer objetivos reales, desarrollar políticas, procedimientos, programas y presupuestos.

La planeación me va permitir elaborar un patrón o modelo completo del trabajo a realizar y suministrar las bases sobre las cuales participaran todos los involucrados, de aquí radica la importancia por la cual es necesario que todo tipo de organización la lleve a cabo independientemente del tamaño de esta.

Con una adecuada planeación podré obtener una serie de beneficios importantes como los que a continuación se mencionan:

- Determinar los objetivos
- Reunir y analizar información
- Evaluar las dimensiones estratégicas del entorno que afecte a la empresa.

- Conducir una auditoria de los recursos de la empresa
- Establecer las alternativas estratégicas para cursos de acción
- Elegir una alternativa estratégica para perseguir y poner en practica

Todos estos aspectos van a permitir que la empresa sobreviva y no se estanque estableciendo objetivos reales para las superaciones, elaborando planes que puedan ejecutarse para alcanzar dichos objetivos desarrollando políticas para llevar a cabo la ejecución de los planes y verificando los resultados esperados.

## **VENTAJAS DE LA PLANEACIÓN**

Existen muchas ventajas para la planeación que deben estimular al empresario en todos los niveles de cualquier organización para dedicar más tiempo y esfuerzo en esta vital función administrativa.

1. Requiere actividades con orden y propósito. Se enfocan todas las actividades hacia los resultados deseados y se logra una secuencia efectiva de los esfuerzos. Se minimiza el trabajo no productivo. Se destaca la utilidad del logro. Por lo que se refiere al esfuerzo, una persona que corre en círculos pueden estar haciendo tanto esfuerzo como otra que camina con velocidad calle abajo. La diferencia es la utilidad del logro. La planeación distingue entre la acción y el logro.
2. Señala la necesidad de cambios futuros. La planeación ayuda al empresario a visualizar las futuras posibilidades y a evaluar los campos clave para posible participación. Capacita al empresario a evitar la entropía o tendencia a dejar que las cosas corran, a estar alerta a las oportunidades, y a ver las cosas como podrían ser, no como son.

3. Contesta a las preguntas “y qué pasa si ...” Tales preguntas permiten al que hace la planeación ver, a través de una complejidad de variables que afectan a la acción que desea emprender.
4. Proporciona una base para el control. El gemelo de la planeación es el control, que se ejecuta para cerciorarse que la planeación está dando los resultados buscados. Varias nuevas técnicas combinan las funciones de planeación y control.
5. Estimula la realización. El hecho de poner los pensamientos en papel y formular un plan proporciona al que hace los planes la orientación y el impulso de realizar. Indicar los resultados deseados y cómo lograrlos en una fuerza positiva hacia la buena administración.
6. Obliga a la visualización del conjunto. Esta comprensión general es valiosa, pues capacita al empresario para ver las relaciones de importancia, obtiene un entendimiento más pleno de cada actividad y aprecia la base que apoya a las actividades administrativas. Se reduce el aislamiento y la confusión. Mediante la planeación se obtiene una identificación constructiva con los problemas y las potencialidades de la empresa en general.
7. Aumenta y equilibra la utilización de las instalaciones. Muchos empresarios señalan que la planeación permite una mayor utilización de las instalaciones disponibles de una empresa. Para un periodo dado, se hace el mejor uso de lo que se dispone. De la misma manera, se equilibran las actividades tanto en cantidad como en oportunidad, asegurando así el apoyo necesario entre ellas. El resultado es que se hace la mejor utilización posible de las instalaciones existentes.

8. Ayuda al empresario a tener una mejor visión. La planeación adecuada ayuda al empresario a proporcionar un dirección confiada y agresiva. Capacita al empresario a tener a la mano todo lo necesario evitando que se diluyan o se anulen sus esfuerzos. Pensando en las cosas con anticipación se proporcionan guías estables a largo plazo para las actividades futuras.

## **DESVENTAJAS DE LA PLANEACIÓN**

Por otra parte, existen desventajas o limitaciones al uso de la planeación.

1. La planeación está limitada por la exactitud de la información y de los hechos futuros. La utilidad de un plan está afectada por la corrección de las premisas utilizadas tanto corrientes como subsecuentes. Ningún empresario es capaz de pronosticar en forma completa y exacta los sucesos del futuro. Si las condiciones bajo las cuales fue formulado el plan o debe ser ejecutado cambian en formas significativa de las supuestas por el planeador, puede perderse gran parte del valor del plan.
2. La planeación cuesta mucho. Algunos argumentos que el costo de la planeación excede a su contribución real. Creen que sería mejor gastar el dinero en ejecutar el trabajo físico que deba hacerse. Los gastos de la planeación son elevados, pero como todas las funciones, la planeación necesita justificar su existencia, la cantidad y extensión de las actividades de la planeación deben estar de acuerdo con las circunstancias individuales.
3. La planeación tiene barreras psicológicas. Una barrera usual es que las personas tiene más en cuenta el presente que el futuro. El presente es más deseable y tiene certidumbre. El futuro significa cambios y ajustes a nuevas situaciones y condiciones.

4. La planeación ahoga la iniciativa. Algunos creen que la planeación obliga a los empresarios a una forma rígida de ejecutar su trabajo. Estas rigideces pueden tender a hacer el trabajo administrativo más difícil de lo necesario.
5. La planeación demora las acciones. Las emergencias y apariciones súbitas de situaciones desusadas demandan decisiones al momento. No puede dejarse pasar un tiempo valioso reflexionando sobre la situación diseñando un plan.
6. La planeación es exagerada por los planeadores. Algunos críticos afirman que quienes hacen la planeación tienden a exagerar su contribución. Esto está evidenciado por la preparación de reportes muy detallados e instrucciones más allá de toda necesidad práctica y el rechazo a correr riesgos obligatorios para el trabajo administrativo intentado, y en vez de ello, tratan de minimizar los riesgos a través de la planeación.
7. La planeación tiene limitado valor práctico. Algunos afirman que la planeación no sólo es demasiado teórica, sino que son más prácticos otros medios.

La planeación consiste, por lo tanto, en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo y las determinaciones de tiempos y de números, necesarias para su realización.

Goetz ha dicho que planear es “hacer que ocurran cosas que, de otro modo, no habrían ocurrido”. Equivale a trazar los planos para fijar dentro de ellos nuestra futura acción<sup>♦</sup>

La manera de realizar la planeación de este proyecto lo formule a base de unas preguntas que ha continuación menciono y posteriormente la planteo.

---

<sup>♦</sup> Administración de empresas. “Teoría y Práctica”, Agustín Reyes Ponce, pag. 165

- ¿Qué requisitos se deben de cumplir para abrir una empresa en México?
- ¿Qué tramites debo realizar para poder estar bien legalmente como empresa?
- ¿Cuánto debe ser el monto de capital para iniciar el negocio?
- ¿Cuál será la ubicación de la empresa?
- ¿Quiénes serán mis proveedores?
- ¿Qué equipo y maquinaria se requiere?
- ¿Cuánta gente se requiere para iniciar la empresa?
- ¿A quién le voy a vender y como le voy a vender?
- ¿Qué es una marca y como puedo o debo registrarla?
- ¿Qué es una patente y que requisitos debo cumplir para solicitarla?

A continuación se van a mencionar los requisitos legales que debe de tener una empresa para estar bien con ello, pero cabe resaltar que muebles “JOKER”, por el momento, todos estos tramites se están llevando a cabo, se espera que para finales del año 2002 ya nos encontremos dentro de estos requisitos y así poder trabajar sin ningún contratiempo que se pudiera presentar.

También se presentan las cuotas y se mencionan los formatos que deben de llenarse para poder presentar todos estos tramites.

## **¿Qué requisitos deben de cumplirse para abrir una empresa en México?**

A continuación se listan los tramites comunes a realizar por todas las actividades económicas que deseen abrir una empresa en México.

### **1. SRE – 02 – 001 Permiso para la constitución de sociedades.**

Este tramite debe realizarse para obtener de la SRE la autorización del nombre de la sociedad (Denominación o razón social)

Debe presentarse en escrito libre o **formato SA-1**

Tiene un plazo de 5 días hábiles, si al cumplirse el plazo la autoridad no ha resuelto la solicitud, se entenderá que se aprobó la misma.

### **2. SRE-02-008 Aviso del uso de los permisos para la constitución de sociedades o cambio de denominación o razón social, y de la liquidación, fusión o escisión de sociedades.**

Este tramite debe realizarse para informar a la SRE que el permiso que autorizo fue utilizado por constitución de sociedad o cambio en su denominación o razón social, además de notificar a la propia Secretaria que la persona moral se liquido, fusiono o escindió.

Debe presentarse en escrito libre.

Tiene la naturaleza de un aviso, y por lo tanto no le son aplicables la positiva o negativa ficta.

**Nota:** A partir del 8 de marzo de 1999, el interesado puede optar por presentar conjuntamente a este tramite, el correspondiente a la inscripción en el registro federal de contribuyentes de la Secretaria de hacienda y Crédito Publico (SAT-01-001)

### **Secretaria de Hacienda y Crédito Publico:**

SAT-01-001 Solicitud de inscripción al registro federal de contribuyentes de personas físicas y morales.

Este tramite debe realizarse para obtener la Cedula de identificación Fiscal y dar aviso de inicio de actividades.

Debe presentarse en el formato denominado Formulario de Registro R-1

En la practica este tramite es resuelto en un día hábil, si es presentado en el módulo de atención fiscal correspondiente al domicilio fiscal del contribuyente; en caso de que el tramite se presente en el modulo de recepción de tramites fiscales, será resuelto 5 días hábiles posteriores a su recepción.

## **Secretaria del trabajo y previsión social:**

### **3. STPS-05-001-A\*\* Comisión de Seguridad e Higiene en los centros de trabajo:**

#### **▪ Acta de Integración**

Esta acta, levantada por el secretario en la sesión en que se constituye, debe elaborarse para formalizar la integración de la comisión de seguridad e higiene en los centros de trabajo.

Debe elaborarse en escrito libre en atención a que el acta de integración no requiere ningún formato específico.

Debe realizarse en un plazo no mayor de 30 días hábiles, a partir de la fecha de inicio de actividades de los centros de trabajo.

Esta acta deberá mantenerse por las empresas en sus registros internos, ya que podrá ser solicitada por la STPS en cualquier momento.

### **4. STPS-04-001-A\*\* Planes y Programas de Capacitación y Adiestramiento:**

#### **▪ Aprobación de planes y programas de Capacitación y Adiestramiento.**

Este tramite debe realizarse para cumplir las obligaciones legales de capacitación ante la STPS.

Los sistemas Generales de Capacitación y Adiestramiento, deben ser elaborados para cubrir las necesidades de una rama de actividad determinada.

Debe presentarse en el formato denominado Registro de Sistemas Generales de Capacitación **Formato DC-2B**.

La presentación de este trámite se hará dentro de los 15 días posteriores de haberse celebrado, revisado o prorrogado el contrato colectivo de trabajo. En el caso de empresas en las que no rija el contrato colectivo, la presentación se hará dentro de los primeros 60 días de los años impares.

#### **5. STPS-04-004\*\* Constitución de la comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento.**

Esta acta debe elaborarse para formalizar la constitución de las comisiones mixtas de capacitación y adiestramiento de cada empresa y que integran de manera bipartita y paritaria.

Debe elaborarse en el formato denominado informe sobre la Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento **Formato DC-1**

Esta acta deberá mantenerse por las empresas en sus registros internos, ya que podrá ser solicitada por la STPS en cualquier momento.

#### **Instituto Mexicano del Seguro Social.**

#### **6. Registro Patronal y de trabajadores ante el IMSS (INFONAVIT y SAR)\*\***

El patrón deberá registrarse al igual que a sus trabajadores en el régimen obligatorio, cumpliendo con lo establecido en la Ley del Seguro Social, al hacerlo automáticamente quedarán registrados ante el INFONAVIT y SAR.

Deben presentarse los siguientes formatos denominados: Aviso de inscripción patronal (AFIL 01); Formato de inscripción de las empresas en el Seguro de Riesgos de Trabajo (SSRT-01-003); Aviso de inscripción de cada uno de los Trabajadores (mínimo uno) (AFIL 02)

## ¿Qué tramites debo realizar para poder estar bien legalmente como empresa?

Estos tramites se realizan de acuerdo a la zona donde se piensa establecer la empresa o negocio, con lo que respecta a mi empresa me corresponde Atizapan de Zaragoza

Estos son los tramites obligatorios para constituir o iniciar un negocio de:

### FABRICACIÓN DE MUEBLES METÁLICOS

#### Constitución.

<b>DESEO FORMAR UNA SOCIEDAD</b>
----------------------------------

Sí		No
Correduría o notaria publica	Constitución de una sociedad de responsabilidad Limitada microindustrial	Inscripción en el RFC Cedula fiscal

#### Inicio

Dictamen del impacto vial
Impacto ambiental
Licencia estatal de uso de suelo

Realizar la construcción del lugar donde se desarrollaran las actividades			
Sí			No
Permiso sanitario	Licencia de construcción	Permiso sanitario	Registro patronal de trabajadores ante el IMSS
			Registro de emisiones atmosféricas
			Residuos industriales
			Autorización de generadores de vapor (Esto en caso de que los hubiere)

## Apertura del negocio

Licencia de funcionamiento.
Alta en el padrón del impuesto sobre erogaciones por remuneraciones al trabajo.
Alta en el SIEM.

Información específica de cada uno de los trámites sobre áreas de gestión, horarios de información oficial del registro nacional de trámites empresariales federales, de conformidad con la ley de procedimientos administrativos, los trámites federales están validados por el consejo para la desregulación económica.<sup>1</sup>

A continuación voy a describir la guía básica de trámites para conformar mi empresa. Tomando en cuenta que no se va a conformar en sociedad.

Inscripción en el RFC Cedula fiscal		Trámite federal
Trámite mediante el cual se lleva a cabo la inscripción ante la SHCP, para efecto de cumplimiento de las obligaciones fiscales correspondientes. Nota: A partir del 1° de 1999, las personas físicas, al momento de tramitar su inscripción en el registro federal de contribuyentes, Deberán presentar conjuntamente, la forma oficial R1 y la Forma denominada "Solicitud de Cedula de Identificación Fiscal CURP"		
Área donde se gestiona / Horario de atención		Tiempo aproximado de respuesta
SHCP/ Administración Local de recaudación / Av. 16 de Septiembre No. 784 Col. Alce Blanco/ Naucalpan de Juárez, Edo de México/ Lada (5) Tel. 52280639/ (De 9:00 a 18:00hrs)		Inmediata o hasta tres días hábiles
Vigencia	Formato	costo
Indefinida	R1/ Solicitud de Cedula de identificación Fiscal con CURP	Gratuito

<sup>1</sup> Fuente primer contacto, SECOFI

<b>Dictamen del impacto vial</b>		<b>Tramite federal</b>	
Determinar el impacto vial y la realización de obras de infraestructura vial por parte del particular a efecto de mitigar dicho impacto			
<b>Área donde se gestiona/ Horario de atención</b>		<b>Tiempo aproximado de respuesta</b>	
Secretaría de Comunicaciones y Transportes/ San Mateo PTE, No.3, 3° piso Col. Del parque/ Naucalpan de Juárez, Edo de México/ Lada (5) Tel. 55803108 Ext. 520 y 523 (De 9:00 a 18:00 hrs.)		10 días hábiles	
<b>Vigencia</b>	<b>Formato</b>		<b>Costo</b>
1 Año	21101/TV-01/97		Gratuito

<b>Impacto Ambiental</b>		<b>Tramite Estatal</b>	
Identificar y evaluar los impactos ambientales que generaría la instalación de una obra o actividad y condicionarla al cumplimiento de la normatividad aplicable.			
<b>Área donde se gestiona/ Horario de atención</b>		<b>Tiempo aproximado de respuesta</b>	
Secretaría de ecología/ Villada No. 212 casi Esq. Instituto Literario / Toluca, Edo de México / lada (72) Tel. 159367 y 156653 (De 9:00 a 18:00hrs.)		30 Días Hábiles	
<b>Vigencia</b>	<b>Formato</b>		<b>Costo</b>
La que señale la resolución	2120100-TE-01		\$ 136.65 Industrial, \$ 140.63 otras veces el salario mínimo de la zona

<b>Licencia estatal de uso de suelo</b>		<b>Tramite estatal</b>
Regular el aprovechamiento del suelo, señalando el uso que se autoriza, la intensidad máxima de aprovechamiento, la la intensidad máxima de ocupación, el numero de cajones de estacionamiento, así como las restricciones federales y estatales aplicables.		
<b>Area donde sé Gestiona / horario de atención</b>		<b>Tiempo aproximado de respuesta</b>
Secretaria de Desarrollo Urbano y Obras Publicas / Adolfo López Mateos, Anexo B, Despacho 201,/ Atizapan de Zaragoza, Edo de México/ Lada (5) Tel. 53621141/ (De 9:00 a 18:00hrs.)		5 Días Hábiles
<b>Vigencia</b>	<b>Formato</b>	<b>Costo</b>
1 año de vigencia	20611/TV-01/97	6.76 días de salario mínimo de la zona económica 40.80 veces el salario

<b>Registro Patronal y de Trabajadores Ante el IMSS</b>		<b>Tramite Federal</b>
El patrón deberá registrarse al igual que a sus trabajadores en el régimen obligatorio cumpliendo con lo establecido con la ley del seguro social al hacerlo automáticamente quedaran registrados ante el INFONAVIT y SAR.		
<b>Area donde sé Gestiona / horario de atención</b>		<b>Tiempo aproximado de respuesta</b>
Delegación del IMSS/ Av. Hornos S/n, Col. La Higuera/ Atizapan de Zaragoza, Edo de México/ Lada (5) Tel. 58244137 Ext. 228 (De 9.00 a 18:00Hrs.)		Inmediata
<b>Vigencia</b>	<b>Formato</b>	<b>Costo</b>
Indefinida	Aviso de inscripción patronal AFIL01 Formato de inscripción de las empresas en el seguro de riesgo de trabajo SSRT01003 Aviso de inscripción de cada uno de los trabajadores (mínimo uno)	Gratuito

<b>Licencia de funcionamiento (Registro de emisiones a la atmósfera)</b>		<b>Tramite estatal</b>
Obtener información sobre la generación de emisión de contaminantes a la atmósfera proveniente de fuentes fijas, así como dar cumplimiento a la ley de protección al ambiente para el desarrollo sustentable del estado de México y su reglamento en materia de prevención y control de la contaminación de la atmósfera.		
<b>Area donde se gestiona/ Horario de atención</b>		<b>Tiempo aproximado de respuesta</b>
Secretaria de ecología/ Villada No. 212 casi Esq. Instituto Literario / Toluca, Edo de México / lada (72) Tel. 159367 y 156653 (De 9:00 a 18:00hrs.)		30 días Hábiles
<b>Vigencia</b>	<b>Formato</b>	<b>Costo</b>
1 Año	2120200-TE-01A	Gratuito

<b>Residuos Industriales</b>		<b>Tramite Estatal</b>
Obtener información de la generación, manejo y disposición final de residuos no peligrosos en establecimientos.		
<b>Area donde se gestiona/ Horario de atención.</b>		<b>Tiempo aproximado de respuesta</b>
Secretaria de ecología/ Villada No. 212 casi Esq. Instituto Literario / Toluca, Edo de México / lada (72) Tel. 159367 y 156653 (De 9:00 a 18:00hrs.)		30 Días hábiles
<b>Vigencia</b>	<b>Formato</b>	<b>Costo</b>
1 Año	2120200-TE-01A	Gratuito

<b>Alta en el sistema de información empresarial mexicano (SIEM)</b>		<b>Tramite federal</b>
Tramite que deberán realizar las empresas industriales, comerciales y de servicios para darse de alta en el sistema de información empresarial mexicano. (SIEM)		
<b>Área donde se gestiona/ Horario de atención</b>		<b>Tiempo aproximado de respuesta</b>
Cámara correspondiente, Información SIEM 01 800 410 2000		Inmediata
<b>Vigencia</b>	<b>Formato</b>	<b>Costo</b>
1 Año	SIEM	Pequeño Comercio Hasta 2 empleados \$100.00, de 3 empleados \$300.00, 4 o mas \$640.00 comercio y servicios hasta 3 empleados \$300.00, 4 o mas \$640.00 industrial hasta 2 empleados \$150.00, de 3 a 5 \$350.00, 6 o mas \$670.00

### **¿Cuánto debe ser el monto de capital para iniciar el negocio?**

Para poder empezar en mi negocio, requiero de un capital que de acuerdo a mis necesidades y tomando en cuenta los requerimientos e infraestructura es aproximadamente un monto de \$7000.00 (siete mil pesos) tomando en cuenta con lo que ya se tiene como infraestructura y lo que se tiene contemplado para poder empezar a funcionar el negocio previsto.

### **¿Cuál será la ubicación de la empresa momentáneamente?**

Por el momento se tiene predestinado para poder empezar a trabajar, el domicilio donde me encuentro viviendo actualmente, que de antemano le agradezco a mis padres el darme la oportunidad de seguir con ellos, este se encuentra ubicado en:

Calle Vicente Guerrero No. 221

Col. Loma Bonita.

CD. Nezahuálcoyotl

Edo de México

### **¿Quiénes serán mis proveedores?**

Hasta el momento solamente he visitado dos maquiladoras. Se tiene contemplado únicamente terminar todo tipo de muebles tubulares tanto en el armado como en el acabado.

Las maquiladoras que he visitado son:

Fabrica de tambores “Grupo Villagran”, Raúl Villagran Liévanos. Esta se encuentra ubicada en Calle Mariano Abasolo No 212, Esq. Mariano Matamoros, Col. Loma Bonita, Cd. Nezahuálcoyotl, Edo de México, Teléfonos 57-38-02-31 y 57-38-08-83

Aguilar, S.A. DE C.V. Esta se encuentra ubicada en Av. Carmelo Pérez s/n, Col. Vicente Villada, Cd. Nezahuálcoyotl, Edo de México.

Considero que por el momento estas serán mis mas cercanas distribuidoras de material semi-terminado para poder empezar el próximo año 2002 ya que eso es lo que esta dentro de mis planes hasta el momento.

### **¿Qué equipo y que maquinaria se requiere para poder iniciar?**

De entrada se requiere:

- Una maquina de soldar
- Un esmeril de mano
- Una compresora
- Pistola para pintar
- Tornillo de banco
- Taladro y
- Herramienta necesaria

### **¿Cuánta gente se requiere para iniciar la empresa?**

Se requieren como mínimo tres personas:

- Una que este a cargo de la organización
- Una que este a cargo de la producción y terminado
- Una que este en ventas.

Por obvio, se tiene considerado que el empresario se encargue del departamento de compras y ventas, esto con el fin de poder tener un buen funcionamiento en las otras áreas.

### **¿A quién le voy a vender y como le voy a vender?**

Considero que a las personas que se les va a vender serán en su gran mayoría aquellas que estén viviendo en zonas de unidades habitacionales, ya que estas en su gran mayoría son personas de recursos económicos más bajos que en otros tipos de zonas; pero no se pierde la esperanza de poder entrar en zonas de más altos recursos, creo que para empezar están muy bien fijadas estas zonas.

Para realizar las ventas se hará una investigación de mercado y de acuerdo a los resultados obtenidos se realizarán las estrategias de ventas.

### **¿ Que es una marca y como la puedo o debo registrar?**

**Una marca** es un nombre, término, símbolo, diseño o cualquier signo visible o bien una combinación de ellos que sirva para distinguir un producto o un servicio de otros de su misma clase o especie.

Marca registrada, todo signo o medio que sirve para individualizar productos y servicios en el mercado. Es uno de los tres tradicionales signos distintivos del empresario; los otros son el nombre comercial (que sirve para individualizar a un empresario en ejercicio de su actividad) y el rótulo del establecimiento (que individualiza el establecimiento mercantil en sí.<sup>2</sup>

Para registrar una marca se tiene que presentar el trámite IMPI-00-006 Registro de marcas y avisos comerciales y publicación de nombres ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) o en las delegaciones y subdelegaciones de la Secretaría de Economía con el formato debidamente requerido.

---

<sup>2</sup> Enciclopedia Microsoft Encarta 2002

## **¿Qué es una patente y que requisitos debo cumplir para solicitarla?**

Se refiere a las invenciones e innovaciones protegidas a través mediante patentes, modelos de utilidad, diseños industriales y secretos industriales. Serán patentables las invenciones que sean nuevas, resultado de una actividad inventiva y susceptibles de aplicación industrial.

Patente, conjunto de derechos que la ley concede al inventor, entendiendo por tal al autor o creador de un objeto o producto que tiene como principal característica la de su novedad, en el sentido de que no ha sido conocido ni puesto en práctica o a prueba en el Estado que expide la patente ni en el extranjero. También se entiende por patente el documento en sí donde se hace constar por parte del Estado el reconocimiento de tales derechos para su titular.

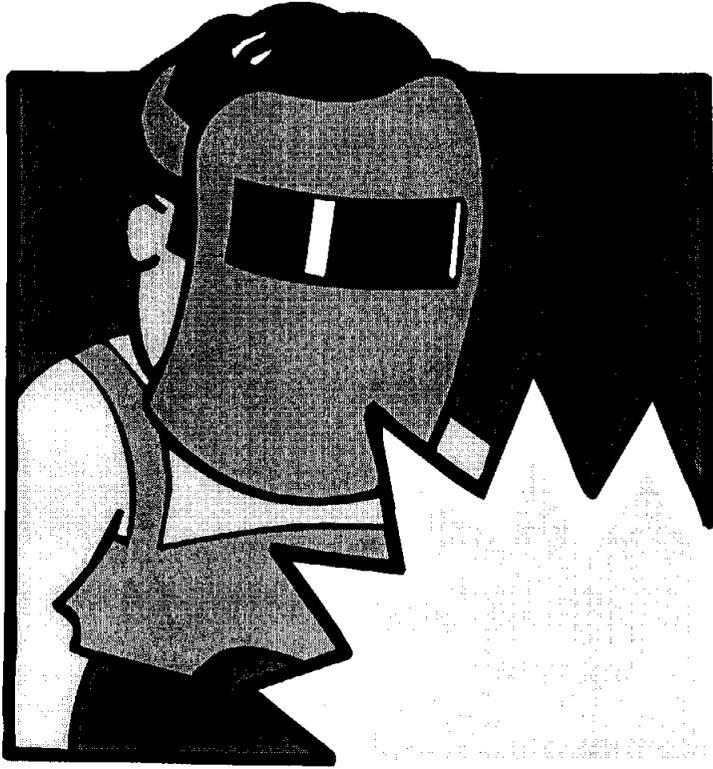
Las patentes de invención reconocen el derecho exclusivo a fabricar, ejecutar, producir, utilizar o vender el objeto de la patente como explotación industrial y lucrativa.

Junto a las patentes de invención existen las de introducción, que otorgan el derecho a fabricar, ejecutar, producir y vender un objeto con arreglo a una licencia de invención extranjera no divulgada ni puesta en circulación en el Estado al que se solicita la expedición de las mismas<sup>3</sup>

Para registrar una patente se tiene que presentar el trámite IMPI-00-01 Solicitud de patente, registro de diseño industrial y registro de modelo de utilidad ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) o en las delegaciones y Subdelegaciones de la Secretaría de Economía con el formato debidamente requisitado.

---

<sup>3</sup> Enciclopedia Microsoft Encarta 2002



# VI. PRODUCCION

## **VI. PRODUCCIÓN.**

Esta se encuentra dentro del proceso productivo de la empresa, y se va iniciar desde que entren los insumos (herramientas, materia prima, personal, maquinaria, etc.); hasta que vemos convertido todo esto en un producto bien definido para poder ser consumido en el mercado.

Un paso importante dentro de la producción es preguntarnos ¿Qué producir y como producir? Esta es una pregunta base para poder desarrollar todas las posibles alternativas que tengo para un futuro productivo, es importantes visualizar la situación económica y social del entorno de donde me encuentre y sobre todo tomar en cuenta lo que voy a producir en ese estado y el provecho que puedo sacar de esto para lograr una mayor productividad y que esta sea la mas provechosa posible.

Es necesario para la empresa conocer todo sobre sus clientes, su localización, sus deseos y sobre todo sus necesidades, donde y que compran, en que cantidad y cuanto pagan por ello, esto nos va servir para crear un mejor producto o mejorar el ya existente, la producción es un termino relativo que va depender mucho del grado de eficiencia de nuestro empleo, de los recursos disponibles para crear los productos.

Dentro de la producción vista hasta el momento tengo contempladas cinco actividades básicas:

- Realizar el diseño del producto
- Planear y controlar la producción
- Elegir el sistema de producción más adecuado
- Contar con el personal especializado en la producción.
- Realizar el control de calidad para asegurarse que el producto este en optimas condiciones.

La principal función de la empresa es la fabricación es por ello que deben de sujetarse consistentemente los abastecimientos y las corrientes materiales a las operaciones de mano de obra y sobre todo al buen funcionamiento del proceso.

Para que la producción se de con gran fuerza se deban basar principalmente en los mejores pronósticos de ventas, que el departamento encargado proporcione por medio de las estadísticas, logrando que a futuro la producción se inicie adecuadamente, surtiendo efectivamente las necesidades de los consumidores y de la empresa.

Para poder llevar a cabo un mejor control de la producción es necesario que sean coordinados siempre por el control de calidad y control de costos, esto con el fin de evitar que se produzca de más y se tenga un descontrol dentro de la empresa y visualizar a futuro mis posibles beneficios y verlos reflejados dentro de la empresa.

Varios recursos de la compañía serán utilizados en un proceso de manufactura. Para fines de costeo de productos, estos recursos y sus respectivos costos necesitan ser identificados, acumulados y asignados a las unidades de producción.

Con una clasificación muy amplia, podemos decir que los recursos de producción de una empresa lo integran las materias primas y los abastecimientos, los servicios del personal, los servicios contratados y los activos fijos tangibles que se utilizan.

La asignación de recursos es el medio de lograr un eficiente uso de estos recursos.

La distribución de la planta es básica para un uso eficiente de los recursos de producción de una compañía manufacturera.

Los departamentos de producción deben estar instalados de tal manera que se facilite un flujo adecuado del trabajo a través del proceso de producción.

Los departamentos de servicios complementarios deben estar ligados con la función de producción mediante una ubicación estratégica dentro del área de trabajo de la fábrica.

Se considera un centro de costos a cualquier centro de trabajo o área de actividad para el cual se ha considerado conveniente acumular los costos. Sirviendo los departamentos de producción como centros de costos, se acumulan los costos de manufactura para cada uno de ellos y se asignan a los productos que elaboran durante cada uno de los periodos contables.

A medida que el producto se mueve a través del proceso de manufactura, se añaden costos adicionales, los cuales representan un valor agregado al costo base de las materias primas iniciales.

Al terminar de elaborar los productos, los materiales, la mano de obra y los gastos de fabricación para los distintos centros de costos se habrán ya acumulado al producto, constituyendo, por tanto, su costo de producción total.

Este factor de costo unitario, conjuntamente con los factores de competencia característicos de una compañía de libre empresa, ayudan a determinar los precios de mercado para los artículos que consumimos.

Las empresas en la industria de tubulares utilizan técnicas específicas de producción para convertir un tubo de fierro en un mueble terminado.

Las compañías dentro de la industria de muebles producen diferentes modelos. Este tipo de mueble tiene características específicas que lo diferencian de otros muebles.

La siguiente tabla presenta un resumen de estas características, y también enumera otras posibilidades para fabricar diversos tipo de muebles.

<b>Tipo de mueble</b>	<b>Características</b>	<b>Color</b>	<b>Precio</b>
<b><i>Camas</i></b>	<b><i>Tubulares</i></b>	<b><i>Diversos</i></b>	<b><i>Accesible</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Matrimonial</li> <li>▪ Individual</li> <li>▪ Literas</li> <li>▪ Lit. mat e ind.</li> <li>▪</li> </ul>	Todas estas camas estarán hechas en tubo de fierro	Blanco Negro Rojo Azul Beige Plateada	Estarán a un precio mas bajo que la competencia ya que aquí se fabricarán
Mesas de centro	Tubulares	Cromada Negro	Estarán a un precio mas bajo que la competencia ya que aquí se fabricarán
Centro de entretenimiento	Tubulares	Cromada Negro Gris Verde Oro Vino	Estarán a un precio mas bajo que la competencia ya que aquí se fabricarán
Mueble para horno de microondas	Tubulares	Cromado	Estarán a un precio mas bajo que la competencia ya que aquí se fabricarán

## CONTROL DE INVENTARIOS

En el contexto de la producción, los inventarios son un recurso ocioso. Por lo común son materiales de producción: herramientas, piezas compradas, materias primas, artículos de oficina, productos en proceso y productos terminados. Los inventarios están disponibles para cuando se necesite y sirven para muchas observaciones dentro de la empresa.

<b>Materias primas</b>	Compras	↑	Tener inventarios más grandes significa mayores ahorros por los descuentos en las compras al mayoreo.
	Finanzas	↓	Un inventario grande significa más dinero invertido en materiales que no pueden ganar interés.
<b>Artículos en proceso</b>	Producción	↑	Los inventarios grandes permiten corridas más grandes de producción con menores costos de preparación.
	Contralor	↓	Los inventarios grandes están expuestos a mayores daños y aumentan los costos de maniobras
<b>Artículos terminados</b>	Vendedores	↑	Los inventarios grandes permiten hacer entregas rápidas y por lo tanto mejoran las ventas.
	Almacenamiento	↓	Menores inventarios significan menor espacio de almacenamiento y por lo tanto costos más bajos.

En la siguiente tabla se muestran los costos de producción por unidad de uno de los muebles que se fabricaran, tanto en materia prima, acabado y mano de obra es decir un mueble ya terminado.

**TABLA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN DE UNA CAMA (Matrimonial)**

<b>CAMA matrimonial</b>		<b>Cantidad en cm.</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
<b>Cantidad</b>	<b>Material</b>			
2	Tubo 3" Cal.18	85cm.	\$12.00	\$24.00
2	Tubo 3" Cal.18	40cm.	\$10.00	\$20.00
4	Tubo 1" Cal.18	1.33cm.	\$9.50	\$38.00
	Tubo ½" Cal.18	5m.	\$5.00	\$25.00
2	Angulo desigual 1 ½ x 2" x 1/8	1.90cm.	\$24.00	\$48.00
4	Placas	5cm.x10.5cm	\$2.60	\$10.40
8	Botones	5/16	\$1.50	\$12.00
12	Tubulares de 3/4	1.30cm	\$7.20	\$86.40
1	Litro de pintura de polvo para horno	\$60.00	\$60.00	\$60.00
<b>TOTAL OBRA NEGRA</b>				<b>\$323.80</b>

**En esta tabla se muestran los costos en el acabado.**

<b>Cantidad</b>	<b>Material</b>	<b>Cantidad en Cm.</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
16	Birolas	1/2	\$1.50	\$24.00
2	Birolas	3"	\$5.00	\$10.00
4	Regatones de plastico	3"	\$1.50	\$6.00
2	Remates	3"	\$3.50	\$7.00
<b>TOTAL EN EL ACABADO</b>				<b>\$47.00</b>

En esta tabla se mencionan los costos totales de la producción y terminación de una cama matrimonial en muebles "JOKER"

<b>Materia prima</b>	<b>\$323.80</b>
<b>Acabado</b>	<b>\$ 47.00</b>
<b>Mano de obra</b>	<b>\$ 20.00</b>
<b>Total</b>	<b>\$390.80</b>

## COMPRAS

Las empresas de manufacturas, las de mayores y las de ventas al menudeo dependen de la contribución de las compras (o de la fundición de las adquisiciones) para asegurar los abastecimientos de materiales y servicios.

La mayor parte de las empresas confían en proveedores externos para la compra de insumos confiables. De acuerdo con esto, las compras constituyen una función que apoya a las operaciones adquiriendo los principales recursos para el proceso de conversión.

Para las empresas de manufactura que intervienen en el ensamblado no es raro tener excesos en los costos de piezas de repuesto y materiales. Las adquisiciones son muy importantes para que la empresa pueda llevar a cabo todas sus operaciones.

La administración de materiales es un término empleado en los medios de manufactura para conjuntar en una sola persona todas las actividades de planeación, organización y control relacionadas con el flujo de materiales hacia una organización.

Los objetivos de las compras se pueden resumir en un abastecimiento adecuado de materiales importantes, abastecimientos y servicios proporcionados en forma adecuada y oportuna. Los siguientes objetivos son de particular importancia para las operaciones:

1. Valor. El valor es la combinación de precio y calidad que proporciona lo que se requiere desde el punto de vista técnico, a un buen precio competitivo. Esto no siempre es un precio bajo, aun cuando el precio para muchos vendedores sea un discriminador que califica, sino es que decide quien gana.
2. Programa. A tiempo, entrega “justo a tiempo”. La confiabilidad en el programa es crucial.

3. **Inversión reducida.** A través de análisis cuidadosos, la economía global de la orden, los costos de manejo y los costos de falta de existencia determinan el nivel de inversión.
4. **Administración eficiente.** En estas se incluyen el llevar una función de compras a bajo costo, coordinación eficaz de las actividades con las funciones internas (operaciones, ingeniería, etc), e iniciar y mantener buenas relaciones con los proveedores.

## **SISTEMA DE COMPRAS**

Un buen sistema de compras debe comprender claramente los requerimientos de compras, identificar e incrementar la mejor procedencia de los abastecimientos, reducir el costo global de los mismos mediante el análisis y decisiones meticulosas, establecer el precio y el valor, esto quiere decir administrar lo comprado.

**Requerimientos de compras.** En la mayoría de los casos el departamento de compras recibe la petición de un artículo, en donde se estipula la cantidad, la descripción y la fecha en que se necesita.

**Origen de los abastecimientos.** Los mejores sitios de abastecimiento se identifican por sus vendedores, por el conocimiento personal, por anuncios, compradores, etc.

**Costo de los abastecimientos.** Enfoques útiles que permiten evaluar los costos de los abastecimientos incluyen el análisis anterior del abastecimiento de los artículos, toma de decisiones para fabricar o comprar, análisis del valor y los descuentos.

**Precios y valor.** En una gran proporción la función más importante de las compras es obtener mejores precios. En la mayoría de los casos los precios se guían por las listas de precios, las cotizaciones, los precios de mercado, los concursos y las negociaciones directas.

## **CALIDAD DE LA PRODUCCIÓN**

En la manufactura las características importantes del producto se especifican al diseñarlo, previamente a su manufactura. Estas características son las especificaciones de diseño. Después de fabricar el producto se puede observar el grado hasta el cual se apega o se aparta de las especificaciones del diseño.

La calidad del producto (producción) es la adaptación a las especificaciones del diseño a la función y al uso, así como el grado en el cual el producto se apega a las especificaciones del diseño.

La calidad del servicio (producción) se define de una manera semejante. Como se sabe, la calidad de la producción puede aplicarse a los productos o los servicios.

Existen diferentes conceptos populares sobre la calidad, entre los cuales se encuentran los siguientes:

- La calidad es la adaptación al uso
- La calidad es hacerlo bien la primera vez – y todas las veces
- La calidad es la percepción del cliente
- La calidad proporciona un producto o un servicio a un precio que el cliente pueda pagar.
- Se paga por lo que se obtienen (la calidad es el producto o el servicio más caro)

## **CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD.**

Una de las razones por las que la posición competitiva de las empresas puede decaer es que la calidad de los bienes o servicios producidos no satisface las expectativas de los clientes.

Cuando la calidad es decir las adaptaciones del diseño a la función y al uso, así como el grado en que la producción son congruentes con las especificaciones de diseño, es deficiente, la demanda por productos y servicios puede disminuir rápidamente.

Cuando aumenta la calidad también aumenta la productividad. Esto por la sencilla razón que se elimina el desperdicio.

## **CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO**

No todos los aspectos del producto son igualmente importantes para los consumidores. En general, solo algunos de ellos evaluarán el nivel de la calidad, el peso, tamaño, forma, color.

Las características importantes del producto se determinan por las metas específicas del mercado, de la organización y por los requerimientos técnicos de las etapas importantes del proceso de conversión.

Con frecuencia será necesario comprometerse con estas dos fuentes de requerimientos de calidad: Diseño y Capacidad del proceso.

**Diseño.** De dos empresas que producen el mismo producto una de ellas podría pagar altos costos para mantener un nivel aceptable de calidad, mientras que su competidora puede mantener esa misma calidad a mucho menor costo y eso es precisamente lo que se pretende en muebles JOKER. El viejo adagio de “La calidad se diseña hacia el producto” es cierto. El número de etapas en el proceso de conversión, los tipos de insumos necesarios, y los

Procesos técnicos requeridos para producir el artículo quedan determinados en la fase del diseño del producto.

**Capacidad del proceso.** Es una declaración en términos de cantidad sobre la uniformidad real del producto en condiciones normales de trabajo. En vez de medir diversos aspectos del proceso, atributos de la máquina, del trabajador y así sucesivamente; se miden los resultados del proceso, los atributos del mercado.

### **LA FUNCIÓN DEL CONTROL DE PRODUCCIÓN.**

El propósito del control de producción es, el utilizar efectivamente los recursos limitados en la producción de artículos que satisfagan las demandas de los clientes y obtener utilidades para el o los inversionistas.

Los recursos consisten en las instalaciones, el trabajo y los materiales de producción. Por otra parte, las restricciones incluyen la disponibilidad de recursos, los tiempos de entrega para los productos y las políticas de administración.

En una organización manufacturera como es muebles “JOKER” la tarea de la actividad del control de producción es la utilización efectiva de los recursos limitados.

El pronóstico de ventas para planear mejor una instalación de fabricación respecto a periodos futuros se puede aprovechar al determinar el número de muebles.

## **EMPRESA DE TRANSFORMACIÓN**

La empresa de transformación se dedica a la adquisición de materias primas para transformarlas y ofrecer un producto a los consumidores diferentes al que la empresa adquirió.

La empresa de transformación introduce una nueva función es precisamente la función de producción o manufactura y cuyos costos se conocen con el nombre de costos de producción, formado por el costo total de la materia prima sujeta a transformación, la mano de obra necesaria para realizar la manufactura y el conjunto de diversas erogaciones fabriles (cargos indirectos) que intervienen en la transformación misma.\*

## **PROVEEDORES**

Los proveedores son tan importantes para la mayor parte de los fabricantes como la capacidad de producción. Las relaciones entre clientes y proveedor afectan la calidad y el costo del producto, así como la capacidad del servicio al cliente.\*

Las relaciones con los proveedores comprenden o se refieren principalmente a:

- Método general
- Diseño de partes
- Calidad
- Programa (cantidad)
- Precios
- Comunicación

---

\* Ortega Pérez de León, Armando, Contabilidad de costos, UTEHA, 1970.

\* Administración de la producción de inventarios. Fogarty Blackstone Hoffmany. Cecsca 2da. Edic.

**Método general.** La confianza y la lealtad domina las relaciones que enfatiza la ayuda mutua para reforzar la capacidad de producción.

**Diseño de partes.** En algunos casos la naturaleza de algún artículo o la relativa habilidad en diseño de ingeniería del comprador y proveedor conducen, naturalmente, a que este proporcione especificaciones detalladas. En otros casos, el comprador puede dar sólo los requerimientos de diseño superficiales (conexiones mecánicas, eléctricas e hidráulicas) y las funciones generales requeridas.

**Calidad.** El cliente no hace distinción alguna entre la calidad del componente comprado y la de los artículos producidos por la empresa donde compra el producto final; ambas son igualmente importantes.

**El programa.** Ciertas características de la capacidad del proveedor son importantes para el ambiente “justo a tiempo” estas capacidades cuyo conocimiento es importante para el comprador en cualquier ambiente, incluyen:

- Capacidad: Un nivel general de la capacidad de producción comprometida con el comprador.
- Flexibilidad: La capacidad para responder a los cambios en la velocidad y en la mezcla del producto en consecuencia, la capacidad para responder a los tiempos de obtención que requiere el proveedor y a los compromisos revisados.

**Precio.** El costo al comprador se debe basar sobre una licitación competitiva, un contrato de sobre costo, un porcentaje especificado del costo o una cantidad negociada.

**Comunicación.** En algunas compañías, las posiciones del planificador y comprador están combinadas, simplificando así la comunicación entre planeación y proveedores. El proveedor debe estar informado de la importancia relativa de los requisitos del comprador y este debe tener un claro panorama de las capacidades del proveedor.

## **FUNCIONES DE UNA EMPRESA DE TRANSFORMACIÓN**

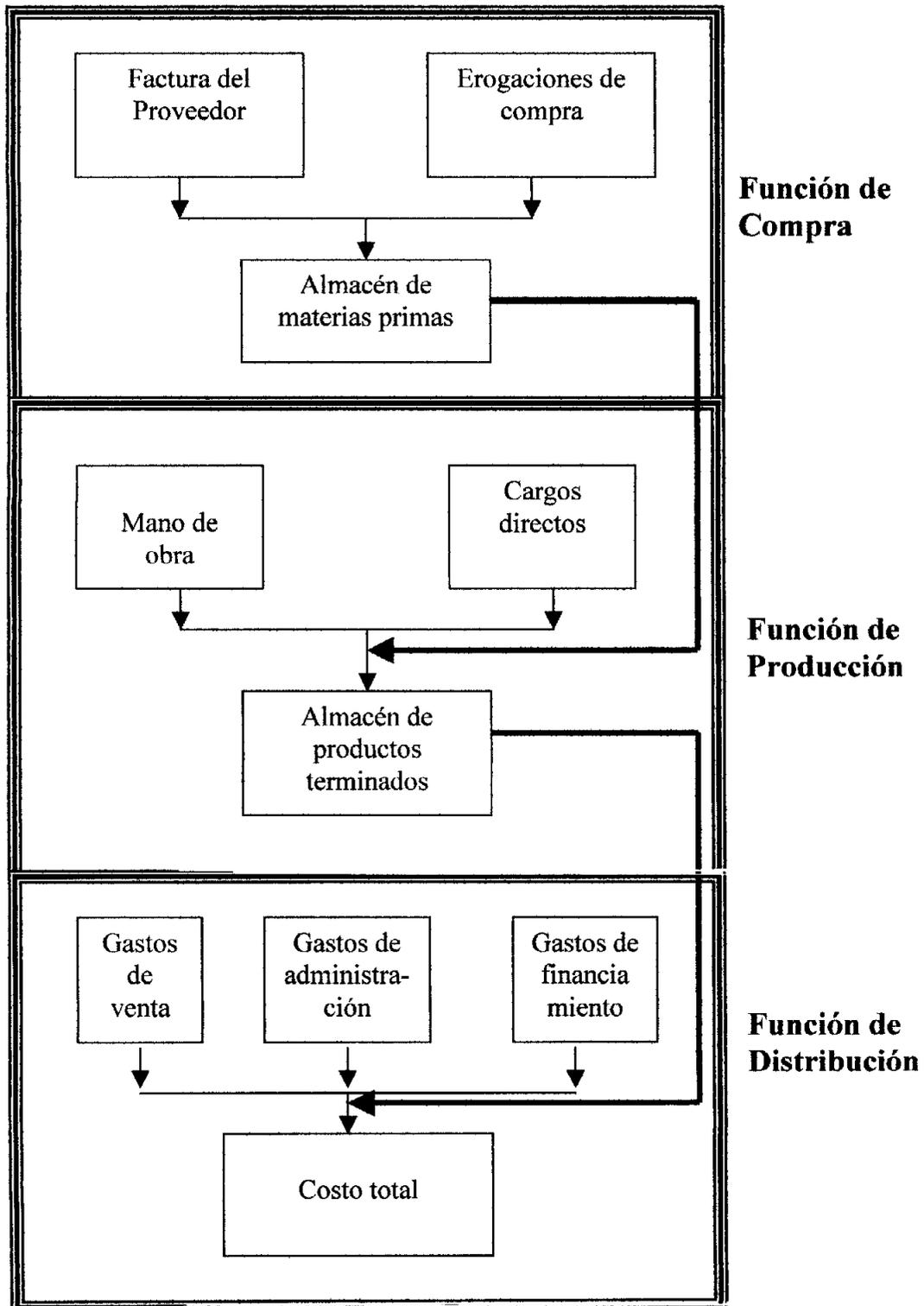
A continuación se señala a grandes rasgos las funciones de una empresa de transformación:

**La primera función** esta constituida por la compra de materia prima, cuyo costo se forma por el precio de adquisición facturado por los proveedores, más todos aquellos costos inherentes al traslado de la materia prima hasta la propia empresa, tales como: fletes, material de empaque, seguros, etc. Esta función termina al momento en que la materia prima llega al almacén y esta en condiciones de utilizarse en el proceso de producción

**La segunda función.** Es propiamente la actividad adicional, o sea, la función de producción o manufactura, que comprende el conjunto de erogaciones relacionadas con la guarda, custodia y conservación de los materiales en el almacén; la transformación de estos en productos elaborados mediante la incorporación del esfuerzo humano y el conjunto de diversas erogaciones fabriles. Concluye la función en el momento en que los artículos elaborados se encuentran en el almacén de artículos terminados disponibles para su venta.

**La tercera función.** Es la de distribución y comprende la suma de erogaciones referentes a la guarda, custodia y conservación de los artículos terminados; su publicidad de promoción; el empaque, despacho y entrega de los productos a los clientes; los gastos del departamento de ventas; los gastos por la administración en general y los gastos por el financiamiento de los recursos ajenos que la empresa necesita para su desenvolvimiento.

## CUADRO DE EMPRESA DE TRANSFORMACIÓN Muebles Tubulares “JOKER”





# VII. MERCADOTECA

## VII. MERCADOTECNIA.

Concepto de mercadotecnia. Sostiene que la tarea de la organización consiste en determinar las necesidades, los deseos e intereses de los consumidores y proporcionar las satisfacciones deseadas con mas eficacia y eficiencia que los competidores y hacerlo de una manera que mejore el bienestar de la sociedad y los consumidores.♦

Es una actividad humana cuya finalidad va consistir en satisfacer las necesidades y deseos del consumidor, mediante procesos de intercambio.

Para tener un poco más definido esto tome en cuenta los siguientes puntos:

- Necesidades
- Deseos
- Productos
- 

La mercadotecnia afecta a todos los seres humanos pero en particular a los compradores, el vendedor y el ciudadano; ya que los compradores quieren que el mercado proporcione productos de buena calidad a precios razonables y en ubicaciones convenientes, quieren a la vez un amplio surtido de marcas y características.

Algunos puntos clave para lograr un buen mantenimiento de venta en una empresa y para lograr la satisfacción del cliente se requiere aportar en cada proyecto nuevas ideas y crear elementos que hagan que la empresa sea diferente de las demás, mismo que le permitan a la empresa consolidar una gran cartera de clientes.

La innovación de estos productos está destinada a la elaboración de los muebles pero con ciertas características para su fácil manejo y mayor duración, así como para mostrar una imagen diferente y que sea del gusto del consumidor.

---

♦ Mercadotecnia. Philip Kotler. Prentice Hall

No todos los productos se pueden tratar en la misma forma. Las necesidades de un producto varían según las estaciones o los cambios de estilo, o debido a una gran variedad de factores.

El éxito o fracaso de un producto en el mercado depende de la manera en que se combinan varios elementos que reciben el nombre de Mezcla de Mercadotecnia.

Los elementos de mezcla de mercadotecnia son los siguientes:

***Planeación del producto.*** Este aspecto incluye los atributos físicos del artículo aunque no se limita a ellos. Las decisiones concernientes al diseño, las marcas patentadas, los nombres de marca, las garantías de diversos tipos y la vida de mercado anticipada del producto, forman también parte de su planeación. Este se debe desarrollar tomando en cuenta la forma en que se relaciona con la satisfacción de las necesidades del consumidor.\*

***Distribución.*** La distribución comprende todos los elementos que van desde los aspectos físicos de hacer llegar el producto al cliente, hasta la selección de los canales de mercadotecnia apropiados. Los canales suelen incluir mayoristas, distribuidores y detallistas, si el producto tiene por finalidad llegar al consumidor en general. Cuando se trata de productos industriales, suelen requerirse de vendedores que concurren directamente a las fabricas. Se considera que esta fase de la mezcla de mercadotecnia incluye todos los intermediarios sea cual fuere su definición.\*

***Estrategia promocional.*** Esta parte de la mercadotecnia incluye la venta personal así como la publicidad, la promoción de ventas indirectas. Sean cuales fueren los métodos utilizados, es muy importante que se combinen con sumo cuidado para producir un esfuerzo unificado.

---

\* Mercadotecnia. Herbert F. Holtje. Mc Graw hill

\* Mercadotecnia. Herbert F. Holtje. Mc Graw hill

Cuando se invierte dinero en hacerle publicidad a un producto y no se planea y efectúa de un modo adecuado el seguimiento de ventas, ese dinero se desperdicia.\*

***Fijación de precios.*** Esta es una de las partes vitales de la combinación de mercadotecnia. Los precios deben fijarse en un punto en el que se obtenga una utilidad y, al mismo tiempo, se justifique ante los ojos del consumidor y sea competitivo con los productos que ofrecen los competidores.\*

Las características que tiene uno de nuestros modelos es debido a que antes de fabricarlo se realizara una investigación de mercado, esto con el fin de detectar las necesidades mas comunes de las personas que utilizan este tipo de muebles, regularmente la investigación mostró que los muebles existentes en el mercado presentaban varios problemas.

1. Se demostró que la mayoría de los muebles de este tipo eran fabricados con tubular de calibre 22 y 20 de grosor y que eran de 1 ½ de ancho lo cual no resistía un peso aproximado de 100 Kg y por consiguiente su durabilidad era normalmente de diez a doce meses.
2. La investigación también arrojó que el volumen de los muebles era de un ancho y largo que ocupaba mucho espacio, siendo los lugares muy pequeños.
3. Otro problema que encontramos fue que los muebles contaban con un tipo de soldadura que a veces no la limpiaban o la esmerilaban bien y esto hacia que los muebles se vieran mal en el acabado.
4. Los acabados en el 90% de los muebles ya existentes en el mercado eran en su gran mayoría de dos colores y uno que otro de un acabado en cromo.

---

\* Mercadotecnia. Herbert F. Holtje. Mc Graw hill

\* Mercadotecnia. Herbert F. Holtje. Mc Graw hill

5. Con lo referente en camas, se encontró que el tipo de acabado, colores y colchones representaba el mayor problema en el gusto de los consumidores.

Todos estos puntos fueron tomados de un segmento de mercado al cual estaba destinado el producto, dicho segmento tienen las siguientes características:

- a) Que fuera principalmente ama de casa, esto se realizó por que la ama de casa es la primera persona que tiene la necesidad de utilizar este tipo de muebles ya que es la que está la mayor parte del tiempo en casa, y es la que regularmente se encarga de la distribución del hogar en cuanto a acomodar los muebles. Cabe señalar que el hombre, por la investigación que se realizó es la persona que aporta la cantidad total del producto y que el 90% de las ocasiones no es tomado en cuenta.
- b) La edad de las mujeres que tienen la necesidad de adquirir este tipo de producto fluctúa entre los 18 años en adelante, esto es debido a que en ese lapso de edad, en el segmento del cual se investigó, existe un alto índice de mujeres que se casan y debido a la situación económica, no cuentan con el capital necesario para poder una casa, a cierta edad se tiene la característica que la gente rente un inmueble por lo que tiene la necesidad de comprar un mueble que pueda ser desplazado fácilmente y que no ocupe mucho espacio.
- c) En lo que respecta al nivel socio económico del segmento investigado, este fluctúa entre la clase media-baja con ingresos promedio de 5 salarios mínimos.
- d) La zona geográfica está ubicada donde existe un alto índice de personas dentro de la clase media-baja y está comprendida entre la zona de ciudad Nezahuálcóyotl y algunos límites de ciudad azteca, valle de Aragón e

Iztapalapa. Esta es una zona donde se encuentra un mercado potencial de consumidores que representan un total aproximado de dos millones y medio de habitantes.

Todos estos puntos sirvieron como referencia para la creación del o de los productos, los cuales se integrarían al mercado.

Para seguir adelante con el proyecto de mi empresa, sobre todo me he planteado una pregunta fundamental y esta sería.

¿ Cómo sobrevivir en el mercado ante el incremento de la competencia que ha copiado los modelos existentes en el mercado y que también a igualado y hasta mejorado los precios?

Yo considero que como la competencia se ha incrementado por toda la zona geográfica que estoy tomando en consideración, se considera importante la creación de nuevos modelos que puedan resultar novedosos dentro del mercado para los consumidores.

Se tiene pensado que esto se puede realizar por medio de una investigación de mercado, esto con el fin de poder detectar si en la competencia existe un producto o unos productos similares a los que yo tengo pensados, las principales características para tomar en cuenta serian:

- Tamaño
- Acabado
- Durabilidad
- Precio

Considero que se pueden introducir nuevos productos y también disminuir costos, lo de los costos podría ser sustituyendo ciertos materiales tanto en la soldadura, pinturas, acabados etc.

Por ejemplo en la mayoría de los muebles que están terminados en pintura, llevan cierto material que al contacto con el agua no los protege y tienden a oxidarse, sin embargo yo propondría que se le diera una pasada de pintura con laca acrílica y por ultimo una mano de laca brillante para que tenga mayor brillo y mayor durabilidad en cuanto se tenga contacto con un lugar húmedo.

Y también se vio la posibilidad de pintar los muebles con una pintura especial que es al horno y de polvo.

Se pensó en hacer un cuestionario para los clientes, esta se realizo en las zonas de *Iztapalapa, Valle de Aragón y parte de ciudad Nezahuálcoyotl*, que por el trato que tuve con los clientes cuando trabaje en la venta de muebles para el hogar conozco estas zonas bastante bien, y considero que estas serian las zonas donde empezaremos a distribuir próximamente los muebles “JOKER”.

Para empezar a realizar dicha encuesta, se realizo en un promedio de 100 personas la mayoría de ellas fueron amas de casa, a continuación se presentan las preguntas y el resultado de la encuesta realizada en dicha zona.

Algunas de las preguntas que se realizaron fueron las siguientes:

## CUESTIONARIO PARA CONSUMIDORES

1. **¿ Que tipo de mueble le gusta mas?**

Madera  
Tubular  
Otro

2. **¿ Se fija en el color del mueble?**

Sí  
No  
Me da igual

3. **¿ Toma en cuenta el precio del mueble?**

Sí  
No  
No me interesa

4. **¿ Toma en cuenta el material con el que esta hecho el mueble?**

Sí  
No

5. **¿ Se fija en el acabado de los muebles?**

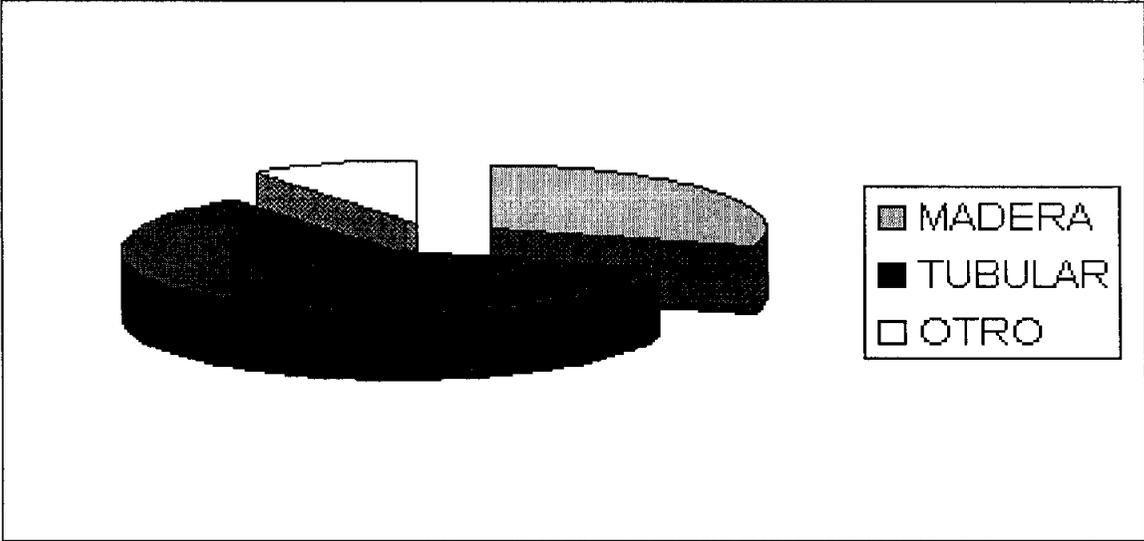
Sí  
No  
No me interesa

6. **¿Cuál es el motivo por el que Adquiere sus muebles?**

Necesidad  
Gusto  
Lujo  
Otro

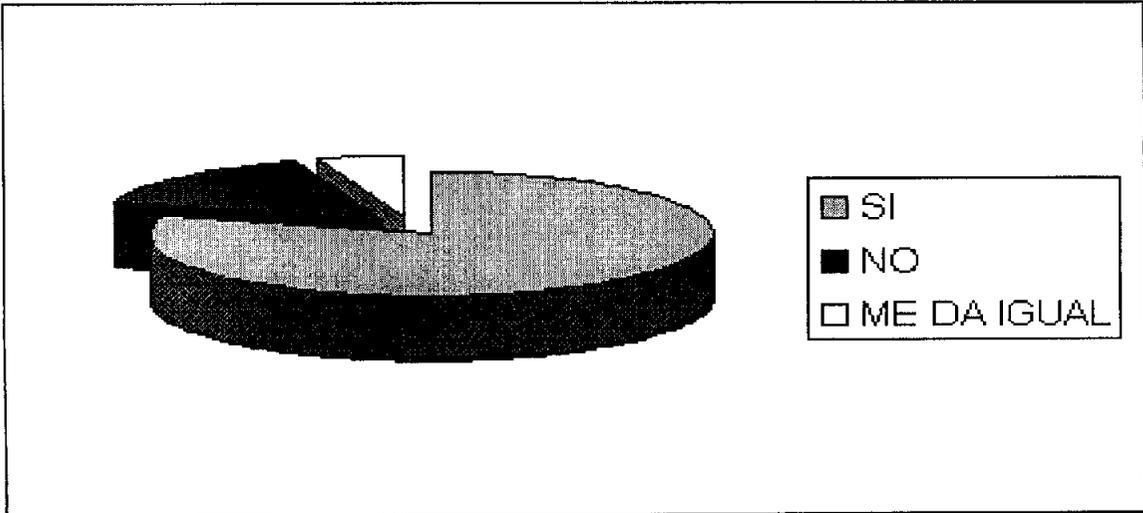
**1.¿QUE TIPO DE MUEBLE  
LE GUSTA MAS?**

<b>MADERA</b>	<b>TUBULAR</b>	<b>OTRO</b>
30	60	10



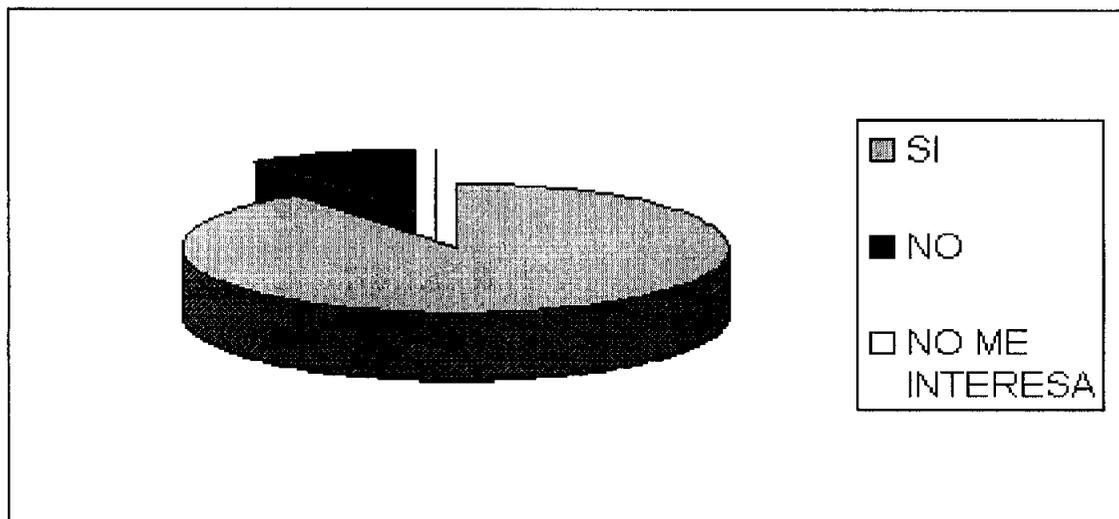
**2.¿SE FIJA EN EL COLOR DEL MUEBLE?**

<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>ME DA IGUAL</b>
80	15	5



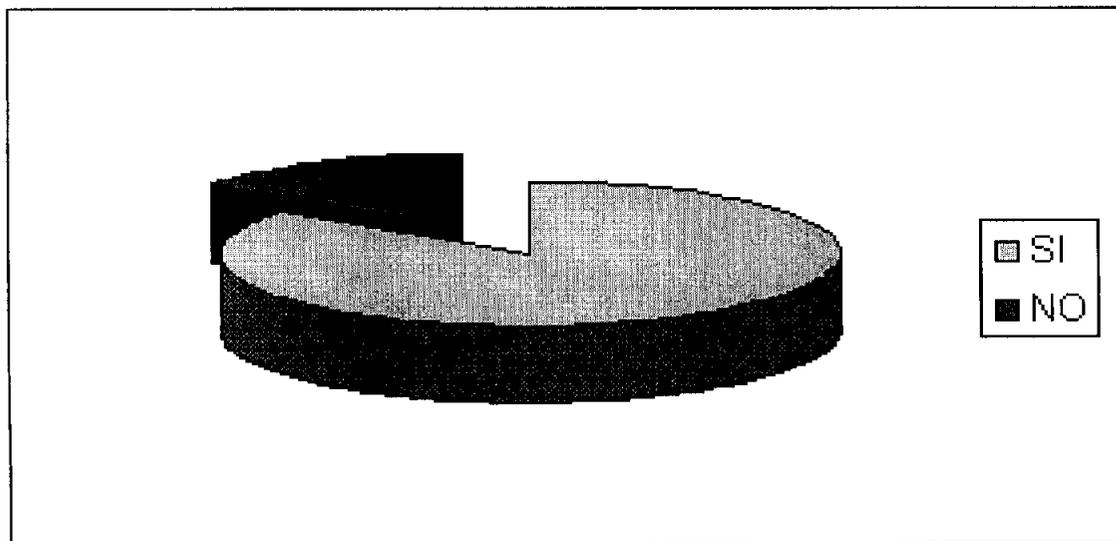
**3.¿TOMA EN CUENTA EL PRECIO DEL MUEBLE?**

<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>NO ME INTERESA</b>
90	10	0



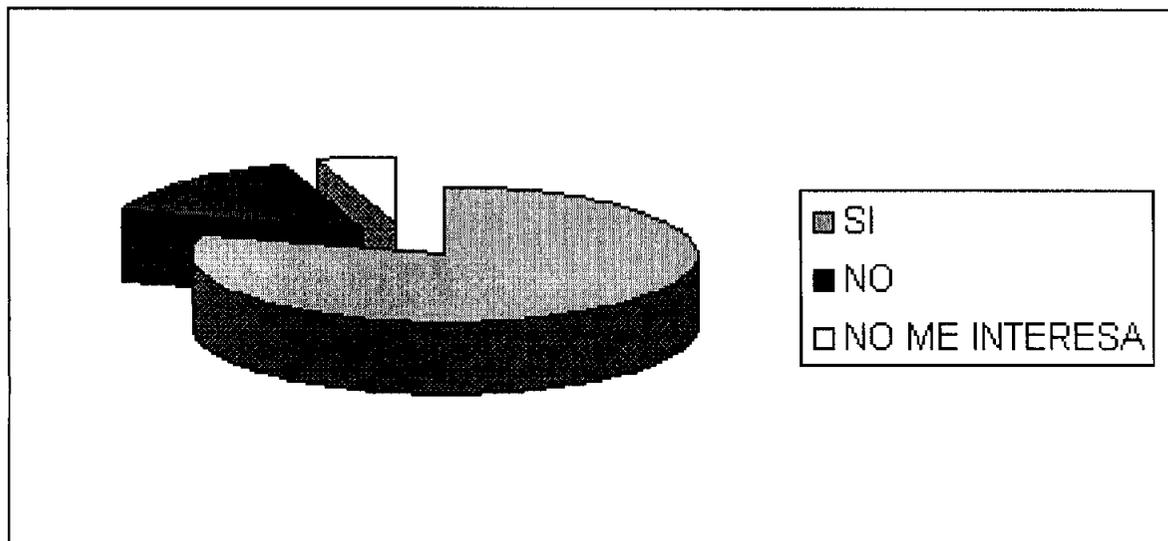
**4.¿TOMA EN CUENTA EL MATERIAL CON EL QUE ESTA HECHO EL MUEBLE?**

<b>SÍ</b>	<b>NO</b>
85	15



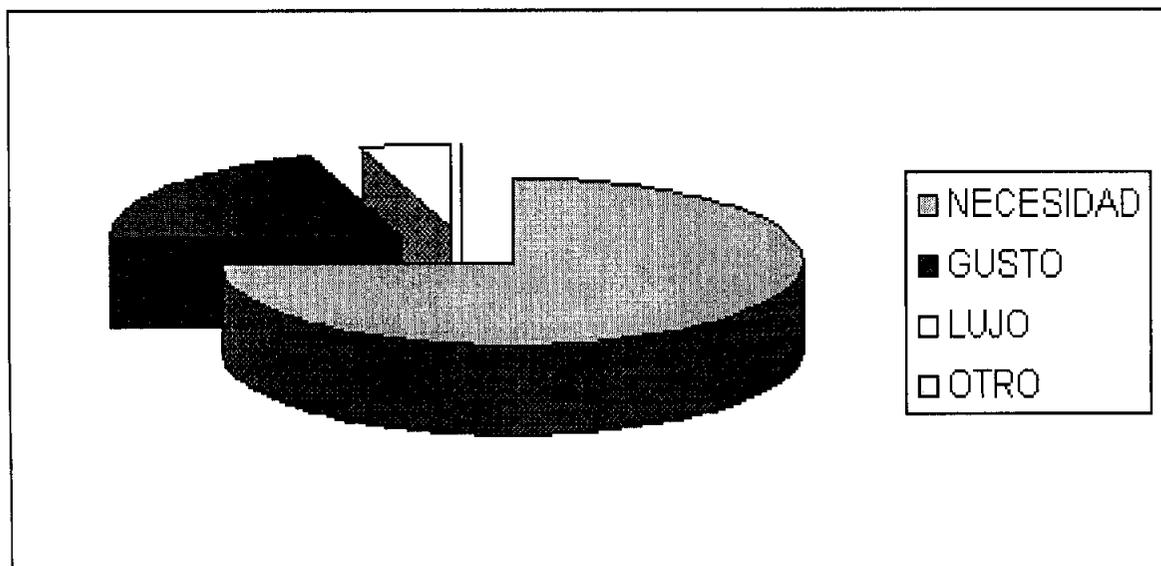
**5.¿SE FIJA EN EL ACABADO DE LOS MUEBLES?**

<b>SÍ</b>	<b>NO</b>	<b>NO ME INTERESA</b>
80	15	5



**6.¿CUÁL ES EL MOTIVO POR EL QUE ADQUIERE SUS MUEBLES?**

<b>NECESIDAD</b>	<b>GUSTO</b>	<b>LUJO</b>	<b>OTRO</b>
75	20	5	0



## **PRECIOS**

Como se puede ver en las graficas y los resultados de la encuesta que se realizo a los consumidores, nos dimos cuenta que en la mayoría de los casos en lo que se fijan mas es en el precio y durabilidad de los muebles, es por esto que vamos a ver un poco mas sobre lo que es el precio.

El precio es el valor, expresado en dinero, de un producto o servicio ofrecido en el mercado, problema de los precios es uno de los mas complejos y dificiles del marketing, la teoría económica y por ende los economistas son quienes mas aportan al análisis, tanto así que existe un cuerpo teórico central de la economía, como es el de “sistemas de precios” que comprende gran parte de la microeconomía, desafortunadamente desde el punto de vista del marketing, el supuesto del ente económico racional, algunas veces no se cumple como lo veremos mas adelante.

### **OBJETIVOS DEL PRECIO**

Muchos objetivos guían las decisiones de precios en las empresas. Algunas empresas resaltan ciertos objetivos y dan una menor prioridad a otros, pero, en la mayoría de las situaciones, los precios reflejan la interacción de varios objetivos.

La complejidad de los objetivos del precios es el resultado de diversos factores, como la interacción del precio con otros elementos del marketing mix, la naturaleza dinámica de las condiciones del mercado (especialmente la competencia y el nivel de demanda) y el impacto específico de las medidas de precio en los aspectos financieros de la empresa.

Este último incluye los márgenes de beneficio, el rendimiento de la inversión, el volumen de producción, la inversión en el inventario, etc. A los efectos del precio tan omnipresentes, las definiciones simplistas de los objetivos del precio son peligrosas y erróneas.

## **OBJETIVOS EN FUNCIÓN DEL CONSUMIDOR Y LA ORIENTACIÓN DEL MERCADO.**

Los objetivos de los precios reflejan:

- Los valores del vendedor
- Los objetivos financieros deseados
- Los requerimientos del mercado (determinados por el estado de la competencia)

A pesar de que usualmente el principal objetivo de los precios es el elevar al máximo el retorno sobre las inversiones totales de la empresa, este objetivo de rentabilidad sólo ofrece un criterio, pero no guía o un conjunto de preceptos prácticos para el establecimiento de los precios.

En todo caso el enfoque moderno de los precios, debe reconocer que los ejecutivos de la empresa pueden estar no sólo interesado en los beneficios, sino también en los factores tales como prestigio, responsabilidad social, reputación, estabilidad de los precios, etc. Así todo conjunto de objetivos operacionales en el área de los precios tomará en cuenta estos factores, además de los objetivos en términos de rentabilidad deseada y los objetivos que se generen en la situación específica del mercado.

A pesar de que las ocasiones para el establecimiento de los precios pueden ser muchas y variadas, las mismas se sitúan dentro de uno ó más de los siguientes objetivos competitivos.

- Atraer a nuevos compradores por vía de la penetración del mercado.
- Convertir a los actuales usuarios por vía de un cambio de marca.
- Aumentar las compras vía un mayor uso individual.
- Retener a los actuales consumidores por vía de la consolidación de la repetición de la compra.

Sin embargo, a pesar de que éstos objetivos competitivos proveen una guía bastante sólida para el establecimiento de los precios, será necesario considerar la ocasión para fijar los precios, de manera que el problema específico que debe ser superado por vía de precio debe concebirse en términos, por ejemplo:

- Atraer, por vía de penetración del mercado, para lograr una rápida aceptación del producto nuevo.
- Convertir, por vía de cambio de marca, ante un aumento de precio de la marca vital.
- Aumentar, por vía de un mayor uso individual, para explotar una caída en los coseos de ciertas materias primas.
- Retener a los consumidores actuales, por vía de la consolidación del patrocinio a nuestro producto, ante ingresos en el mercado de la marca ABC.

## **FIJACIÓN DE PRECIOS PARA PRODUCTOS NUEVOS**

La decisión estratégica en la determinación del precio para un nuevo producto implica básicamente en seleccionar entre dos alternativas:

1. Una de ellas implica una política de precios altos iniciales para aprovechar la demanda inicial y obtener así altas utilidades, conocida con el nombre de precio de descreme ó desnatar el mercado.
2. Una política de precios bajos desde el comienzo, de tal forma que sirva como gancho para abarcar todo el mercado, conocida como precio de penetración.

## **TÁCTICAS DE PRECIOS.**

El precio es un arma competitiva y debe entenderse en éstos términos. Tres consideraciones básicas relacionan a la fijación de precios con la posición competitiva de una empresa.

1. Una compañía debe tener algunas políticas en cuanto a precios. La más importante es aquella que define la clase de enfoque que debe emplearse para la fijación de precios. Sin importar, si una compañía vende su mercancía a precios altos, medianos ó bajos, siempre tiene que decidir si sus precios específicos estarán arriba, iguales ó debajo de la competencia. Este es un asunto de la política básica que afecta totalmente al proceso de planeación de mercado. De ordinario, no es posible que una compañía ocupe posiciones extremas al mismo tiempo. O sea, no puede ofrecer algunos productos con precio superior a la competencia y otros menores en relación a la misma.
2. Es importante considerar la relación con los precios de otros elementos en la mezcla de mercadotecnia. El precio no se encuentra sólo como adminículo para lograr una ventaja competitiva. De hecho, con frecuencia no son de desearse las técnicas indirectas que no afectan competencia, a causa de que son difíciles que las igualen los competidores. Debe utilizarse un enfoque general competitivo, incluyen elementos relativos al precio y los que no lo son.
3. Este tercer elemento en las tácticas de fijación de precios competitivos es la relación entre los precios y el ciclo de vida del producto. Existen diferencias notables en las clases de precios que deben emplearse en las diferentes etapas. Dentro de una de ellas en particular, como lo es la etapa introductoria, también existen alternativas claras que deben tomarse en cuenta. Dado que la vida del producto está directamente relacionada a la distinción competitiva del mismo, la fijación

## **DESCUENTO**

El grupo de descuentos establecidos para ajustar las variaciones en las ofertas de productos, los requerimientos del cliente y la competencia, constituyen la estructura de precios.

Aún cuando pueden designarse los descuentos para ajustarse a casi cualquier situación de fijación de precios, existen varias situaciones típicas para las cuales se han desarrollado formas tradicionales de descuentos, es por esto, que se tiene tomado en cuenta algún descuento dentro de las tácticas de precios en Muebles “JOKER”

## **OFERTAS**

En ciertas circunstancias, la empresa valuará sus productos en forma temporal por debajo de los precios de lista y, en ocasiones, aún por debajo del costo.

Sólo serán por acontecimientos especiales y a determinadas fecha de vigencia, se utilizan como técnicas de gancho, la cual tiene como finalidades atraer a más consumidores y que por consiguiente al comprar ciertas ofertas de las que se ofrecen, de alguna manera se verán en la tentación de comprar el complemento de ésta.

## CONCLUSIÓN.

Considerando todos los puntos atendidos en este trabajo se concluye que, para dirigir con éxito una empresa es una tarea compleja, pues son muchas las variables que intervienen, relacionadas entre sí en modos complejos.

Una empresa tiene que tener, para triunfar, una buena planeación sostenible. Sin ella, no podrá tener beneficios reales a largo plazo, que es, precisamente, el final esencial de una empresa, aunque no el único, desde luego.

Hemos visto que no es fácil estudiar el mercado en el cual se piensa incursionar, no es fácil obtener una ventaja competitiva, precisamente por que los competidores tienen como misión impedirlo; Todo su esfuerzo va, de hecho en caminado a apropiarse de los beneficios extraordinarios que esta obteniendo la empresa. Esto confiere una extraordinaria eficacia al sistema en su conjunto, pero dificulta seriamente las cosas a cada empresa tomada individualmente.

Evidentemente, este análisis no es suficiente, pero si es necesario. Sin una buena planeación sólida, la empresa, o fracasa, o tiene éxito, que es esto lo que se va a estar buscando con los diferentes puntos tratados en este trabajo, generalmente de un modo efímero o limitado.

Se ha argumentado en ocasiones el excesivo énfasis en conceptos analíticos, argumentando que el éxito real se debe a la atención al cliente, o la inspiración del genio, o la motivación de la organización.

Entiendo que los primeros capítulos del trabajo, explican la base sobre la que se esta trabajando. En cierto modo existe algo similar con los seres humanos; no tendría sentido tratar de explicar la felicidad en términos de equilibrios químicos en el organismo. Pero si esta claro que un desequilibrio químico puede dañar seriamente la felicidad.

Así el éxito de la empresa depende de los encajes: El encaje entre la estructura del sector y la estrategia de la empresa; y el encaje entre la estrategia de la empresa y su estructura interna, entendiendo aquí por estructura todas sus características propias como: Habilidades, sistemas, cultura, motivación, etc. Si falla uno de esos encajes, la empresa fracasara.

La determinación de la planeación no puede ser nunca, por tanto, algo genérico, o mecánico, u obvio. Una planeación útil tendrá siempre que ser original, creativa y adaptada a la realidad única de cada sector y de cada empresa, tomados combinadamente, todos los puntos mencionados en cada uno de los capítulos vistos con anterioridad.

Es por esto que; Pretender sacar soluciones mecánicas de los conceptos desarrollados a lo largo de este trabajo significaría no haber entendido su sentido profundo.

Lo que se ha pretendido es ofrecer un panorama territorial e intelectual que tiene que recorrer el directivo para cumplir con su tarea, pero el camino lo tiene que recorrer, necesariamente cada empresa.

## **BIBLIOGRAFÍA.**

Jarillo José Carlos, Dirección Estratégica  
Segunda edición, Mc Graw Hill.

Koontz Harold, Administración  
Edit. Mc. Graw Hill

Munich Galindo-García Martínez,  
Fundamentos de Administración,  
Edit. Trillas. Pág. 41-58

Philip Kotler, Mercadotecnia, Tercera Edición,  
Prentice-Hall hispanoamericana, S.A.Pág. 56-80

Reyes Ponce Agustín, Administración de Empresas  
Teoría y practica,  
Edit. Limusa, 1992

Cámara Nacional de la industria y la transformación.  
Transformación Canacindra No. 3 y 4, México, 1994  
Edit. Canacindra.

Comisión de Calidad y Productividad Empresarial,  
Cultura de Calidad, Instituto Mexicano de Contadores  
Públicos, A.C. México 1990

[www.siem.gob](http://www.siem.gob)

[www.seconomia.gob](http://www.seconomia.gob)

[www.yahoo.com.mx](http://www.yahoo.com.mx)

[www.spyme.gob.mx](http://www.spyme.gob.mx)

## **Glosario de términos**

**Abstracta.** Intangible, no concreto, sujeto a la interpretación del sujeto.

**Administración.** Acción de administrar.

**Administrador.** Dicese de la persona que administra.

**Administrar.** Gobernar, regir.

**Aptitudes.** Conjunto de disposiciones generales.

**Automaticidad.** Carácter de automático.

**Autorrealización personal.** Lograr la satisfacción personal humana.

**Cambio económico.** Fenómeno que se presenta por la coordinación de iniciativas, según un plan o programa común regulado por una autoridad política superior.

**Certidumbre.** Certeza, seguridad.

**Cognoscitiva.** Conocimiento.

**Competitividad.** Rivalidad de esfuerzos para la realización de un mismo fin. Contienda comercial entre dos o mas empresas dedicadas a un mismo giro.

**Contaduría.** Relativo a la profesión del contador público.

**Creatividad.** Facultad de producir, conferir y crear.

**Cualidades.** Características positivas de las personas o cosas.

**Cultura empresarial.** Designa un sistema de significado común entre los miembros que distingue a una organización de otras.

**Deberes.** Compromiso y obligación.

**Derechos.** Poder o facultad sobre algo.

**Educación.** Instruirse y formarse, modelando el comportamiento, así como la visión del mundo.

**Estrategia.** Proyectar y dirigir, habilidades a una decisión de cada momento.

**Estructura.** Conjunto de partes funcionales, respecto de la unidad que constituyen, ya sea mutuamente independiente.

**Expectativa.** Posibilidad o probabilidad de conseguir un fin o una cosa, en un tiempo determinado.

**Impuesto.** Tributo, gravamen exigido por el Estado para fines públicos.

**Innovación.** Novedad o novedades que se introducen.

**Invencción.** Acción y efecto de inventar, hallazgo, descubrimiento, inventos.

**Liderazgo.** Proceso de dirigir e influir en las actividades y actitudes de los miembros del grupo, relacionadas con las tareas. Es una fuerza de empuje, capaz de producir el cambio, mediante estrategias para tomar el mando.

**Misión.** Facultad de desempeñar un objetivo.

**Moral.** Lo relativo a las buenas costumbres.

**Principios.** Fundamentos morales de cada hombre.

**Productividad.** Es el beneficio integral que obtiene la empresa y su personal al satisfacer las necesidades de sus clientes y contribuir al resultado social y económico de su país.

**Rentabilidad.** Calidad de rentable, es decir, que puede producir beneficios.

**Valores.** Conjunto de cualidades.

**Vanguardia.** Lo que procede a su época por sus audacias; adelantar.

**Virola.** Casquillo, abrazadera de metal que se ajusta en el extremo de algunos instrumentos de metal o plástico.