



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Contaduría y Administración

**La Planeación como Instrumento para Predeterminar
lo que va a Realizar un Pequeño Empresario de un
Mercado sobre Ruedas**

Seminario de Investigación Administrativa

Que para obtener el título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACION

P r e s e n t a :

Raúl Ernesto Orozco Aguilar

Director del Seminario: C.P. y Lic. Francisco Javier Laris Casillas

México, D. F.

1983



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

"LA PLANEACION COMO INSTRUMENTO PARA PREDETERMINAR LO QUE VA A REALIZAR UN PEQUEÑO EMPRESARIO DE UN MERCADO SOBRE RUEDAS"

	<u>PAG.</u>
I GENERALIDADES	
INTRODUCCION	1
A) ANTECEDENTES	6
B) LA PEQUEÑA EMPRESA EN MÉXICO	11
C) LA EMPRESA FAMILIAR	18
D) BASE LEGAL	22
II FINANCIAMIENTO	
A) DEFINICIÓN	28
B) SITUACIÓN ACTUAL DEL PEQUEÑO EMPRESARIO DE UN MERCADO SOBRE RUEDAS	29
C) FUENTES DE FINANCIAMIENTO	33
III PLANEACION	
A) AUTORES MEXICANOS	41
B) DIFERENTES CONCEPTOS DE PLANEACIÓN	43
C) VENTAJAS DE LA PLANEACIÓN	47
D) DESVENTAJAS DE LA PLANEACIÓN	48
E) TÉCNICAS PARA PLANEAR	50

	<u>PAGINA</u>
IV HABILIDADES ADMINISTRATIVAS	
A) EL GERENTE DE UNA PEQUEÑA EMPRESA	61
B) RELACIONES DEL GERENTE CON LOS EMPLEADOS	63
C) CONDICIONES BÁSICAS PARA DIRIGIR DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA EMPRESA	65
D) CONDICIONES PARA QUE EL INDIVIDUO DES- ARROLLE SU TRABAJO	68
V PLANEACION ADMINISTRATIVA EN LA PEQUERA EMPRESA	
A) OBJETIVOS	72
B) POLÍTICAS	75
C) PROCEDIMIENTOS	76
D) PROGRAMAS	78
E) PRESUPUESTOS	80
VI RESULTADOS	
A) DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA - RECOPIACIÓN	81
B) ANÁLISIS	92
C) INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	109
CONCLUSIONES	127
BIBLIOGRAFIA	139

CAPITULO I

GENERALIDADES

GENERALIDADES

INTRODUCCION

EL TRABAJO QUE A CONTINUACIÓN SE PRESENTA, ES UNA INQUIETUD EN LO QUE CORRESPONDE A LOS MERCADOS LLAMADOS SOBRE RUEDAS, Y QUE AUNQUE NO ESTÁN CONTEMPLADOS POR LA ECONOMÍA MEXICANA, TIENEN UN ÁREA CONCRETA DE LA ADMINISTRACIÓN.

PARA UBICAR MEJOR AL LECTOR DEFINIREMOS A:

MERCADO

SITIO PERMANENTE PARA VENDER, COMPRAR O PERMUTAR GÉNEROS O MERCANCÍAS, EN EL QUE ACUDEN LAS PERSONAS PARA EL MISMO FIN. TAMBIÉN, PUEDE DEFINIRSE COMO EL CONJUNTO DE DEMANDA POR PARTE DE CLIENTES POTENCIALES DE UN PRODUCTO O SERVICIO.

MERCADO SOBRE RUEDAS

CONCURRENCIA DE GENTE EN DICHO LUGAR Y QUE SE CELEBRA EN DÍAS SEÑALADOS PARA ELLO.

1/ Diccionario Porrúa de la lengua española. p.478

2/ Idem. p. 478

EN EL PRIMER CAPÍTULO ANALIZAREMOS, CUAL HA SIDO EL DESARROLLO DE LOS MERCADOS DESDE LA ÉPOCA DEL DESCUBRIMIENTO DE AMÉRICA POR HERNÁN CORTÉS, HASTA LO QUE SE TIENE CONCEPTUADO COMO UN MERCADO SOBRE RUEDAS, HASTA NUESTROS DÍAS.

ES IMPORTANTE SEÑALAR QUE SE COMENTARÁ BREVEMENTE LA CUESTIÓN DE LOS ANTECEDENTES, YA QUE SI SE ANALIZA MÁS ANALÍTICAMENTE SE PERDERÍA, LO QUE REALMENTE SE PRETENDE EN ESTA INVESTIGACIÓN. ADEMÁS PARA SU ESTUDIO PODEMOS SEPARAR EL MERCADO SOBRE RUEDAS EN DOS GRANDES GRUPOS: DE ARTÍCULOS PERECEDEROS Y DE ARTÍCULOS IMPERECEDEROS. PARA EFECTOS DE ESTE ESTUDIO SÓLO NOS OCUPAREMOS DEL SEGUNDO GRUPO YA QUE CORRESPONDEN AL MERCADO DEL CUAL OBTENDREMOS TODA LA INFORMACIÓN POSIBLE PARA EL ANÁLISIS DE LA MISMA.

EN EL SEGUNDO CAPÍTULO HABLAREMOS DEL PROCEDIMIENTO ACTUAL QUE SE LLEVA EN EL MERCADO DEL QUE HABLAMOS, EN LO REFERENTE AL FINANCIAMIENTO DE LAS PERSONAS QUE LABORAN EN EL MERCADO, DIREMOS ALGUNAS FUENTES A LAS CUALES PUEDEN ACUDIR LOS PEQUEÑOS EMPRESARIOS PARA LAS NECESIDADES QUE SE TENGAN, SE TOCARÁN LOS PRÉSTAMOS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO,

ASIMISMO SE HABLARÁ DE ALGUNAS TÉCNICAS POR MEDIO DE LAS CUALES SE PUEDEN LLEVAR A CABO LOS PRÉSTAMOS A ESOS PEQUEÑOS EMPRESARIOS. TAMBIÉN SE HABLARÁ DE ALGUNAS INSTITUCIONES QUE SE DEDICAN A OTORGAR PRÉSTAMOS NO SOLO A COMERCIANTES DEL MERCADO SOBRE RUEDAS SINO QUE TAMBIÉN A CUALQUIER EMPRESARIO QUE TENGA LA NECESIDAD DE UN EMPRÉSTITO.

ENTRANDO DE LLENO A LO QUE CORRESPONDE A LA PLANEACIÓN MENCIONAREMOS BREVEMENTE VARIOS AUTORES, PRIMERO, DE LO QUE HAN LOGRADO EN GENERAL EN LA ADMINISTRACIÓN Y POSTERIORMENTE COMO CONSIDERAN ESPECÍFICAMENTE A LA PLANEACIÓN, DESPUÉS HABLAREMOS DE LAS VENTAJAS QUE NOS DA LA PLANEACIÓN, ASÍ COMO LAS DESVENTAJAS QUE DA LA MISMA, PARA LOS PEQUEÑOS EMPRESARIOS EN GENERAL. POR ÚLTIMO SE HABLARÁ DE LAS TÉCNICAS MÁS COMUNES PARA PLANEAR LAS CUALES SE COMENTAN PARA QUE SURJA LA INQUIETUD, NO SOLO EN LO QUE NOS CORRESPONDE, SINO A CUALQUIER PEQUEÑO EMPRESARIO QUE QUISIERA PONERLAS EN PRÁCTICA. TODO LO ANTERIOR SERÁ TRATADO EN EL CAPÍTULO TERCERO DE ESTE TRABAJO.

UN ASPECTO IMPORTANTE DENTRO DE TODA RELACIÓN FORMAL EN LA EMPRESA SON LAS HABILIDADES QUE DEBE TENER TODO GERENTE O DUEÑO PARA CON LOS EMPLEADOS. LOS PUNTOS QUE SE --

TOCAN EN ESTE CAPÍTULO CUARTO ESTÁN TOTALMENTE RELACIONADOS CON LAS HABILIDADES ADMINISTRATIVAS DE ESTAS PERSONAS TAN IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO DE LAS EMPRESAS PEQUEÑAS EN MÉXICO. EN ESTE CAPÍTULO TRATAREMOS MÁS AMPLIAMENTE ESTE TEMA.

EN EL CAPÍTULO DE PLANEACIÓN ADMINISTRATIVA EN LA PEQUEÑA EMPRESA, ES DECIR, EL CAPÍTULO NÚMERO CINCO SE HABLA A GRANDES RASGOS DE LO QUE SON LOS OBJETIVOS, POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS, PROGRAMAS Y POR ÚLTIMO LOS PROCEDIMIENTOS LO QUE SE VERÁ MÁS AMPLIAMENTE EN DICHO CAPÍTULO.

FINALMENTE, PARA CONCLUIR EL PRESENTE TRABAJO SE REALIZARÁ UNA INVESTIGACIÓN, EN UN MERCADO SOBRE RUEDAS, PARA DETERMINAR LAS CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL MERCADO. ÉSTA INVESTIGACIÓN LA COLOCAREMOS EN EL CAPÍTULO NÚMERO SEIS EN EL CUAL, SE LOS PRESENTAREMOS COMO RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN, ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN, ASÍ COMO LA INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA MISMA INVESTIGACIÓN, HACIENDO MENCIÓN DE COMO SE DETERMINÓ LA MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.

MERCADOS SOBRE RUEDAS EN LA ÉPOCA DE HERNÁN CORTÉS

DESDE LA ÉPOCA DE LA CONQUISTA HERNÁN CORTÉS Y MOCTEZUMA, FUERON A LA GRAN PLAZA LLAMADA TATELULCO EN LA CUAL SE OBSERVÓ LA VARIEDAD DE LAS MERCANCÍAS QUE HABÍA EN LA PLAZA; MOCTEZUMA IBA MOSTRANDO CADA GÉNERO DE MERCADERÍAS, COMO POR EJEMPLO LOS CARRUJOS CON GRANOS DE CACAO, ORO Y PLATA, PIEDRAS RICAS, PLUMAS Y MANTAS DE ALGODÓN, ETC., OTROS - VENDÍAN ROPA, ALGODÓN Y COSAS DE HILO TORCIDO, CACAO, ETC. ESTOS MERCADOS SON COMO LOS QUE EXISTEN EN MEDINA DEL CAMPO ESPAÑA, EN LOS CUALES SE APOSENTAN EN LAS CALLES PARA VENDER CUALQUIER COSA QUE PIENSAN QUE LES PUEDE SER ÚTIL; SE VENDÍAN FRIJOLE, CHIA, LEGUMBRES Y HIERVAS, GALLINAS, GALLOS DE PAPADA, CONEJOS, LIEBRES, VENADOS, PERRILLOS Y OTRAS COSAS DE ARTE, ADEMÁS LOZA HECHA DE MIL MANERAS DESDE TINAJAS GRANDES Y JARRILLOS CHICOS, ETC., SE ENCONTRABAN PUESTOS EN LOS QUE SE VENDÍAN MIEL Y MELCOCHA, ASÍ COMO OTRAS GOLOSINAS, TAMBIÉN HABÍA QUIENES VENDÍAN LEÑA, - OCOTE Y OTRAS COSAS DE ESTE GÉNERO LA PLAZA SE ENCONTRABA CON BASTANTE GENTE Y SE HALLABA RODEADA DE PORTALES Y SOLAMENTE EN APROXIMADAMENTE DOS DÍAS PODÍA ALGUNA PERSONA

VER TODO LO QUE AHÍ SE VENDÍA.

DESDE EL GRAN CU SE VEÍA LA PLAZA Y LA MULTITUD DE GENTE QUE EN ELLA HABÍA, UNOS COMPRANDO Y OTROS VENDIENDO Y - QUE SOLAMENTE EL RUMOR Y ZUMBIDO DE LAS VOCES Y PALABRAS QUE AHÍ HABÍA SONABA A MÁS DE UNA LEGUA.

EN LA SEGUNDA CARTA DE RELACIÓN HERNÁN CORTÉS, EN EL AÑO DE 1520 NOS PROPORCIONA LA SIGUIENTE NOTICIA:

"TIENE ESTA CIUDAD MUCHAS PLAZAS DONDE HAY ARRIBA DE SESENTA MIL GENTES COMPRANDO Y VENDIENDO, ASÍ DE MANTENIMIENTO COMO DE VITUALLAS, JOYAS DE ORO Y PLATA, DE PLOMO, DE LATÓN, DE BRONCE, ETC." 1/

EN LOS DICHS MERCADOS SE VENDEN TODAS CUANTAS COSAS SE HALLAN EN TODA LA TIERRA, QUE SON DE TANTAS Y DE TANTAS CALIDADES Y POR QUE SERÍA INNECESARIO ENUNCIARLAS TODAS LAS MENCIONÁREMOS, SIN EMBARGO, LO QUE SI MENCIONAREMOS ES QUE PARA CADA GÉNERO DE MERCADURÍA EXISTE UNA CALLE ESPECÍFICA PARA VENDER ESA MEX-CANAS, ADEMÁS DE QUE NO SE PUEDEN METER OTRO GÉNERO QUE SEA DIFERENTE AL QUE SE VENDE AHÍ, TODO SE VENDE POR CUENTA Y MEDIDA.

1/ Bernal Díaz del Castillo. "La conquista de la Nueva España p.36"

EN DICHS MERCADOS EXISTEN DIEZ O DOCE PERSONAS QUE SON -
JUECES Y LIBRAN TODOS LOS CASOS Y COSAS QUE EN DICHS MER-
CADOS ACAECEN Y MANDAN CASTIGAR A LOS DELINCUENTES, HAY
GENTES QUE CONTINUAMENTE ANDAN ENTRE LA GENTE MIRANDO LO
QUE SE VENDE Y LAS MEDIDAS CON QUE MIDEN LO QUE VENDEN,
LOS MERCADERES LLAMADOS TAMBIÉN "POCHTECAS" SE HALLABAN -
ORGANIZADOS CON ORDENANZAS PROPIAS DE CADA MERCADO PERO
CON LA FINALIDAD DE PRESTAR SERVICIOS A LA NACIÓN.^{2/}

EN EL MISMO TATELULCO (TLATELOLCO) RESIDIA EL TRIBUNAL DE
LOS MERCADERES Y AUNQUE EL MERCADER AMABLEMENTE OBRABA -
POR SU PROPIA CUENTA SE EFECTUABA LA VENTA DE SUS MERCAN-
CIAS POR MEDIO DE TRUEQUE O EMPLEANDO COMO MONEDA GRANOS
DE CACAO.

POSTERIORMENTE Y YA EN EL AÑO DE 1764, EXISTIERON CIERTAS
RESTRICCIONES PARA CONTINUAR CON LA COMPRA Y VENTA DE AL-
GUNOS GÉNEROS DE MERCANCÍAS COMO POR EJEMPLO, EL ESTANCO
DE TABACO PUES SÓLO IBA A SER MANEJADO POR EL ESTADO EN
VIRTUD DE UNA CÉDULA FECHADA EL 13 DE AGOSTO DE 1764.

SE OCUPABAN 12,028 PERSONAS, CIFRA QUE SI LA UNIMOS A LA
DE 5,228 EMPLEADOS DABA UN TOTAL DE 17,256 INDIVIDUOS QUE
VIVÍAN BÁSICAMENTE DE LA COMPRA Y VENTA DEL TABACO, EN LOS

^{2/} Bernal Díaz del Castillo. "La conquista de la Nueva
España. p. 326"

MERCADOS QUE TODAVÍA REALIZABAN SUS TRANSACCIONES DE LAS MEXICANAS QUE LLEVABAN A LAS PLAZAS ANTES MENCIONADAS ^{3/}

AHORA BIÉN, POCO A POCO FUERON SOFISTICÁNDOSE CADA UNO DE LOS MERCADOS QUE OFRECÍAN LAS MERCANCÍAS EN LAS CALLES ALEDAÑAS A TLATELOLCO, Y OTROS MÁS EN OTRAS PARTES DE LA CIUDAD. EN ALGUNOS CASOS EN ESTE MISMO LUGAR SE ESTABLECIERON MERCADOS FIJOS, CON EL ESTABLECIMIENTO DE LA MONEDA METÁLICA LA CUAL FUE DE DOS TIPOS, LA DE ORO DE MINAS Y LA DE ORO DE TEPUSQUE, SE FUE SOFISTICANDO AÚN MÁS EL INTERCAMBIO DE MERCANCÍAS Y AÚN MÁS LAS MERCADERÍAS.

ADEMÁS LA TRANSFORMACIÓN COMERCIAL QUE FUERON SUFRIENDO EN ESTE MOMENTO, FUERON LA PAUTA PARA QUE LOS MERCADOS TUVIERAN UN GIRO IMPORTANTE EN CUANTO A SU INFRAESTRUCTURA TANTO INTERNA COMO EXTERNA.

ASÍ PUES, YA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS DEL SIGLO XX SE PROPUSO UN POTENTE DESARROLLO AGRÍCOLA, ALCANZÓ ÉXITO EXTRAORDINARIO LA PRODUCCIÓN DEL HENEQUÉN, ETC., ESTO SIRVIÓ PARA QUE LOS PRODUCTORES LLEVARAN A LOS MERCADOS QUE AÚN SE ESTABLECÍAN EN LAS CALLES PARA VENDER ESTE TIPO DE PRODUCTOS,

^{3/} Bernal Díaz del Castillo. "La conquista de la Nueva España p. 341"

COOPERÓ CON EL DESARROLLO DE ÉSTOS LA PROTECCIÓN DADA POR EL GOBIERNO, EN CUANTO A LA EXENCIÓN DE IMPUESTOS Y A LA MATERIA PRIMA QUE SE CONSIGUIERA QUE FUERA MÁS BARATA.

EN ESTA ÉPOCA SE IMPULSÓ GRANDEMENTE A LA INDUSTRIA TÉXTIL LO CUAL TUVO UNA INFLUENCIA GRANDE EN LOS MERCADOS SOBRE RUEDAS YA QUE SE INTRODUIERON EN ESTOS, ESE TIPO DE PRODUCTOS.

YA EN LA ÉPOCA DEL PORFIRIATO SE APOYO TODAVÍA MÁS LA INDUSTRIA QUIEN INTRODUCE EL FERROCARRIL, LA ELECTRICIDAD, EL TELÉFONO, ETC., BAJO UN LIBERALISMO ECONÓMICO LO QUE OCASIONA LA REVOLUCIÓN MEXICANA Y POR LO CUAL DESAPARECEN EN SU TOTALIDAD TODOS LOS MERCADOS SOBRE RUEDAS QUE HA LA FECHA EXISTÍAN.

YA EN NUESTROS DÍAS A PARTIR DE LOS AÑOS SESENTAS SE HA VUELTO A DAR UN AUGE MUY IMPORTANTE A LOS MERCADOS SOBRE RUEDAS Y EN LOS CUALES SE ENCUENTRAN ARTÍCULOS PERECEDEROS, ARTÍCULOS USADOS, ARTÍCULOS NUEVOS, ETC. A UN PRECIO QUE PUEDE CONSIDERARSE BAJO.

AHORA SE ENCUENTRAN MERCADOS SOBRE RUEDAS EN TODAS LAS CIUDADES, PUEBLOS Y HASTA EN LAS COLONIAS MÁS IMPORTANTES DE LA CIUDAD DE MÉXICO.

EL OBJETIVO QUE SE PERSIGUE EN ESTE TIPO DE MERCADOS ES OFRECER AL PÚBLICO TODOS LOS ARTÍCULOS QUE AHÍ SE VENDEN A PRECIOS MÁS BAJOS A LOS QUE NORMALMENTE SE ENCUENTRAN, HAY QUE RESALTAR EL HECHO DE QUE LAS PERSONAS QUE VENDEN AHÍ SUS MERCANCÍAS EN LUGARES DETERMINADOS PARA ELLO, COMO POR EJEMPLO, EN EL MERCADO DE LA MERCED Y AHORA LA CENTRAL DE ABASTO, PARA LOS ARTÍCULOS PERECEDEROS Y EL NACIONAL MONTE DE PIEDAD, CASAS PARTICULARES, CASAS COMERCIALES, ETC., PARA LOS ARTÍCULOS DURADEROS.

LA PEQUEÑA EMPRESA EN MEXICO

LA PEQUEÑA EMPRESA PUEDE SER DEFINIDA COMO UNA ENTIDAD QUE, OPERANDO EN FORMA ORGANIZADA, UTILIZA SUS CONOCIMIENTOS Y RECURSOS PARA ELABORAR PRODUCTOS O PRESTAR SERVICIOS QUE SE PROPORCIONAN A TERCEROS, EN LA MAYORÍA DE LOS CASOS MEDIANTE LUCRO O GANANCIA.

TAMBIÉN PODRÍA DEFINIRSE, COMO ALGUNAS GENTES LA CONSIDERÁN LA FARMACIA, LA PELUQUERÍA, LA JOYERÍA, ETC., OTROS LA CONSIDERAN PEQUEÑA CUANDO OCUPA UN CIERTO NÚMERO DE GENTES REDUCIDO, O AQUELLA QUE SE DESENVUELVE EN EL MERCADO LOCAL, - ETC.

SIN EMBARGO, PARA ESTABLECER UN CRITERIO UNIFORME A CONTINUACIÓN MENCIONAREMOS ALGUNAS CARACTERÍSTICAS, LAS MÁS COMUNES QUE UNA PEQUEÑA EMPRESA DEBE CONTENER:

1. GERENCIA INDEPENDIENTE (LOS GERENTES SUELEN SER TAMBIÉN LOS DUEÑOS)
2. CAPITAL Y PROPIEDAD. EL CAPITAL DEBE HABER SIDO APORTADO POR UNA PERSONA O POR UN PEQUEÑO GRUPO DE PERSONAS. LA PEQUEÑA EMPRESA DEBE SER PROPIEDAD DE UNA O DE UN PEQUEÑO GRUPO DE PERSONAS.
3. MERCADO LOCAL. EL RADIO EN QUE SE DESENVUELVE LA PEQUEÑA EMPRESA DEBE SER LOCAL.
4. TAMAÑO RELATIVO. LA EMPRESA ES RELATIVAMENTE PEQUEÑA CUANDO SE LE COMPARA CON OTRA EN LA INDUSTRIA O GIRO.

LO ANTERIOR EN REALIDAD SE IDENTIFICA CON CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DE LOS QUE UNA PEQUEÑA EMPRESA ES, ADEMÁS SE HAN FIJADO OTROS CRITERIOS PARA IDENTIFICAR A LA PEQUEÑA EMPRESA LOS CUALES SON:

LA EMPRESA MINORISTA ES PEQUEÑA DONDE TRABAJAN HASTA 50 PERSONAS Y VENDEN HASTA UNO Y MEDIO MILLONES DE PESOS ANUALES, POR LO MISMO SE ENCUENTRAN EN ESTAS CARACTERÍSTICAS LAS DE SERVICIOS PÚBLICOS, LAS DE CONSTRUCCIÓN, ETC.

DOS DE LAS RAZONES MÁS IMPORTANTES PARA DETERMINAR LO QUE EN REALIDAD, ES LA PEQUEÑA EMPRESA SON; LA GERENCIA O ADMINISTRACIÓN INDEPENDIENTE, ADEMÁS EL HECHO DE QUE EL CAPITAL DE LA FIRMA ES SUMINISTRADO BÁSICAMENTE POR EL DUEÑO.

FRACASOS O QUIEBRAS DE LA PEQUEÑA EMPRESA

EL FRACASO DE LA PEQUEÑA EMPRESA NO SOLAMENTE REPRESENTA UNA PÉRDIDA PARA EL DUEÑO DE ESTA FIRMA, SINO QUE, PRODUCE INCALCULABLES REPERCUSIONES A LA SOCIEDAD COMO, DESEMPLEO, CESE DE UNA FUENTE DE CONTRIBUCIÓN FISCAL, ADEMÁS DEL IMPACTO PSICOLÓGICO QUE ESTA DERROTA IMPLICA.

LAS CAUSAS PRINCIPALES QUE ORIGINAN LOS FRACASOS O QUIEBRAS DE LA PEQUEÑA EMPRESA SON:

1. FALTA DE EXPERIENCIA O INCAPACIDAD POR PARTE DEL DUEÑO
2. INSUFICIENTE CAPITAL
3. FALTA DE LIBROS ADECUADOS DE CONTABILIDAD
4. MALA ADMINISTRACIÓN DE LOS INVENTARIOS
5. MALA ADMINISTRACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR
6. MALA SELECCIÓN DEL LUGAR DONDE SE SITUA LA EMPRESA

VENTAJAS DE LA PEQUEÑA EMPRESA

LAS VENTAJAS SON DERIVADAS BÁSICAMENTE DE SU TAMAÑO, UNA DE ELLAS ES QUE LA EMPRESA PEQUEÑA ACTUAL MANEJA EL CONTACTO DIRECTO CON LOS EMPLEADOS, ES DECIR, QUE LOS EMPLEADOS Y EL GERENTE TIENEN CONTACTO CARA A CARA LO CUAL REDUNDA EN UNA BUENA COMUNICACIÓN Y A SU VEZ EN LA BUENA MARCHA DEL NEGOCIO. ES IMPORTANTE QUE EN ESTA RELACIÓN EL DUEÑO O GERENTE (QUE EN REALIDAD EN LA PEQUEÑA EMPRESA ES LO MISMO) SE PERCATE DE ELIMINAR MALOS ENTENDIDOS, MALAS INTERPRETACIONES O EN SU CASO CONFUSIONES DE UNA ORDEN.

UNA DE LAS VENTAJAS DE LA PEQUEÑA EMPRESA ES, QUE DE LAS GANANCIAS QUE HACE DE SUS TRANSACCIONES, SERÁN SOLO EN SU PROVECHO, ES DECIR, DE SU GANANCIA COMO EL SALARIO QUE LE CORRESPONDA.

ÉSTO SE PUEDE MODIFICAR DE ACUERDO A LA POLÍTICA QUE MANEJE CADA UNO, EL ESFUERZO QUE REALICE Y EL ACIERTO CON EL QUE ADMINISTRE SU EMPRESA.

OTRA DE LAS VENTAJAS, SERÍA QUE EN ESTE TIPO DE EMPRESAS LA OPORTUNIDAD DE MANTENER Y LOGRAR UNA RELACIÓN DIRECTA Y FLEXIBLE CON SUS EMPLEADOS EN EL TRABAJO QUE SE DESARROLLE. POR LO ANTERIOR SE VE LA POSIBILIDAD DE QUE LA INTERACCIÓN ENTRE EL GERENTE Y EL EMPLEADO SEA DIRECTA.

DENTRO DE ESTE CONCEPTO AÚN MÁS PARTICULAR SE OFRECE QUE LA RELACIÓN MÁS IMPORTANTE DEL GERENTE O ADMINISTRADOR DE LA EMPRESA TIENE RELACIÓN DIRECTA CON EL CLIENTE, LO QUE LE VA A SERVIR PARA ESCUCHAR SUS QUEJAS O SUS BUENOS COMENTARIOS. LA AUTONOMÍA EN QUE SE DESENVUELVE EL PEQUEÑO EMPRESARIO ES UNO DE LOS FACTORES MÁS IMPORTANTES YA QUE NO ESTA SUPEDITADO A ÓRDENES SUPERIORES, YA QUE INCLUSO PUEDE IR TOMANDO DECISIONES SOBRE LA MARCHA DE UN BUEN NEGOCIO, LO QUE QUIERE DECIR QUE ES MÁS FLEXIBLE.

POR ÚLTIMO OTRA DE LAS VENTAJAS ES QUE EN EL MEDIO EN QUE SE DESARROLLA LA PEQUEÑA EMPRESA ES FÁCIL DE INICIAR YA QUE SOLO SE NECESITA DE UN LOCAL, LOS PERMISOS Y UN PEQUEÑO CAPITAL.

DESVENTAJAS DE LA PEQUEÑA EMPRESA

REALMENTE LAS DESVENTAJAS QUE PRESENTA LA PEQUEÑA EMPRESA SON LAS QUE NOSOTROS ATRIBUIMOS COMO FRACASOS O QUIEBRAS DE ÉSTA, YA QUE LO MÁS DIFÍCIL A LO QUE SE PUEDE ENFRENTAR UN PEQUEÑO EMPRESARIO ES A LA PÉRDIDA DE SU PROPIO CAPITAL Y LOS ADEUDOS QUE EN UN MOMENTO DETERMINADO PUEDEN SER DE GRAN CANTIDAD.

POR OTRA PARTE, OTRAS DE LAS DESVENTAJAS ES LA FALTA DE ACCESO AL CAPITAL, YA QUE ES UN PROBLEMA PERMANENTE AL QUE TODO PEQUEÑO EMPRESARIO DEBE ENFRENTAR, OTRA ES LA FALTA DE CAPACITACIÓN DEL PERSONAL, QUE ES OTRO DE LOS FACTORES QUE AFECTAN A LOS GERENTES O DUEÑOS DE LA FIRMA.

ES IMPORTANTE SEÑALAR QUE EXISTEN OTRAS DESVENTAJAS DE LA PEQUEÑA EMPRESA Y LOS CUALES SON: EL OBTENER EMPLEADOS COMPETENTES O RECURSOS FINANCIEROS ADICIONALES PARA LA EXPANSIÓN DE LA FIRMA, EL LIMITADO CAPITAL Y LA NO HABILIDAD DE ADQUIRIR RECURSOS ES OTRO PROBLEMA QUE MÁS AFECTA AL FUTURO DE LAS EMPRESAS DE ESTE TIPO, ES DECIR, USUALMENTE EL DUEÑO O EL EMPRESARIO ESTABLECE LA FIRMA CON UN CAPITAL LIMITADO EL CUAL, LA EMPRESA COMIENZA A CRECER, RESULTA INSUFICIENTE PARA HACER FRENTE A DICHO CRECIMIENTO, ADEMÁS LAS INEXPERIENCIAS DEL DUEÑO SON OTRO FACTOR YA QUE AUNQUE TENIENDO RECURSOS FINANCIEROS CARECEN DE LA EXPERIENCIA NECESARIA, ASÍ COMO EL CONOCIMIENTO MÍNIMO NECESARIO DE COMO DEBE OPERAR UNA EMPRESA DEL TIPO QUE PRETENDE ESTABLECER, UN FACTOR MUY COMÚN QUE HA SIDO IDENTIFICADO EN LOS ESTUDIOS QUE SE HAN HECHO SOBRE FIRMAS PEQUEÑAS ES EL NÚMERO DE HORAS QUE EL DUEÑO TIENE QUE DEDICARSE A LA EMPRESA. AL PEQUEÑO EMPRESARIO

LE ABSORBEN, OTRO TIPO DE ACTIVIDADES, LO QUE LE IMPIDE TENER TIEMPO PARA PENSAR, REFLEXIONAR, PONDERAR LA POLÍTICA - FUTURA DEL NEGOCIO, PLANEAR, ORGANIZAR, DIRIGIR Y CONTROLAR FRENTE A LOS FACTORES QUE EN UN MOMENTO DETERMINADO EL FUTURO VA CREANDO.

EXISTEN TRES ASPECTOS QUE DEBEN SER REVISADOS, Y ESTOS SON: LA LIQUIDEZ, LA SOLVENCIA Y LA CAPACIDAD DE LA FIRMA DE REALIZAR INGRESOS NETOS.

LA CAPACIDAD QUE TIENE UNA EMPRESA EN CONVERTIR SUS ACTIVOS EN EFECTIVO EN UN MOMENTO DADO, DETERMINA EL GRADO DE LIQUIDEZ DE ELLA. LOS SÍNTOMAS DE UNA ADECUADA SOLVENCIA SON TAMBIÉN DETERMINADOS AL OBSERVARSE LAS SIGUIENTES RAZONES:

1. ACTIVO CORRIENTE A CAPITAL NETO
2. PASIVO CORRIENTE A CAPITAL NETO
3. ACTIVOS FIJOS O PASIVOS A LARGO PLAZO

EN LOS CASOS EN QUE UN ANÁLISIS DE ESTAS RAZONES FINANCIERAS IMPLIQUE UN PROGRESIVO DETERIORO ESTE SERÁ UN SÍNTOMA - QUE NO DEBERÁ DEJARSE DE LADO SINO TODO LO CONTRARIO YA QUE A LA LARGA SOBREVENDRÁ LA QUIEBRA.

LA EMPRESA FAMILIAR

GRAN NÚMERO DE PEQUEÑAS EMPRESAS ES ADMINISTRADA POR FAMILIAS Y, CLARO, ESTO INCLUYE EN GRAN PARTE EN LA VIDA COTIDIANA DE TODOS SUS INTEGRANTES. TODOS ELLOS SUELE TRABAJAR EN ELLA, AUNQUE SEA EN PEQUEÑA ESCALA, PARA SACARLA ADELANTE.

ES COMÚN QUE LA ESPOSA LABORE EN EL ESTABLECIMIENTO, ELLA SE OCUPA DE CIERTAS TAREAS, TALES COMO CONTESTAR LAS LLAMADAS TELEFÓNICAS, TOMAR ÓRDENES Y MENSAJES, Y LLEVAR EL ESTADO DE LAS CUENTAS. EN EMPRESAS MINORISTAS, ADEMÁS DE DESEMPEÑAR ESTAS FUNCIONES, SE LE PUEDE ENCONTRAR ATENDIENDO A LA CLIENTELA.

A VECES LA MUJER ES EL PEQUEÑO NEGOCIANTE, SU ACTIVIDAD DE CONCENTRAR GENERALMENTE EN ÁREAS ESPECÍFICAS: PUESTOS DE ROPA, DE REGALOS, ARREGLOS FLORALES, DE COSTURA, ARTÍCULOS PARA EL HOGAR. NO ES POCO FRECUENTE ENCONTRAR A LA MUJER MANEJANDO LA EMPRESA FAMILIAR MIENTRAS SU ESPOSO ES UN TRABAJADOR DE TIEMPO COMPLETO EN OTRA PARTE. EN ESTOS CASOS, LAS LABORES FÍSICAS Y EL MANTENIMIENTO DEL LUGAR ESTÁ A CARGO DEL MARIDO. DADA LA ACTUAL CORRIENTE DE TRANSFORMACIÓN DE LOS PAPELES FAMILIARES Y MÁS ESPECÍFICAMENTE DE LA MUJER

ES DE SUPONER QUE LOS PEQUEÑOS EMPRESARIOS DE ESTE SEXO MULTIPLIQUEN SU NÚMERO Y SUS CAMPOS DE ACCIÓN EN UN FUTURO INMEDIATO.

POR SU PARTE LOS HIJOS REALIZAN CIERTAS TAREAS EN CUANTO SON LOS SUFICIENTEMENTE GRANDES PARA PODER HACERLO. LAS QUE MÁS COMÚNMENTE REALIZAN LOS NIÑOS, SON LA ENTREGA DE PEDIDOS, - EL MANTENIMIENTO DE LA LIMPIEZA, LA ATENCIÓN A LA CLIENTELA Y LA ATENCIÓN DE LA CAJA SI EN ESE CASO EXISTIERA. ADEMÁS EN CALIDAD DE APRENDICES SE CONVIERTEN EN DEPOSITARIOS DE - HABILIDADES QUE FINALMENTE MUCHAS DE LAS EMPRESAS ESTABLECIDAS POR LOS PADRES, PASAN A SER ADMINISTRADAS POR LOS HIJOS. ASÍ ALGUNAS, HAN PODIDO OPERAR POR VARIAS GENERACIONES.

MUCHAS ESTÁN EN ACTIVIDAD Y SIGUEN OFRECIENDO SERVICIOS AL PÚBLICO GRACIAS A QUE SON EMPRESAS FAMILIARES, EN REALIDAD LA GANANCIA QUE VAN OBTENIENDO ESTAS EMPRESAS ES EL SALARIO QUE PERCIBEN EN LA VENTA DE LA MERCANCÍA QUE OFRECEN.

POR OTRA PARTE, EN MÉXICO LAS EMPRESAS FAMILIARES CON UN CAPITAL CONTABLE MAYOR DE VEINTICINCO MIL PESOS, TIENEN UN PORCENTAJE DE ESTABLECIMIENTOS EN EL PAÍS DE 41.6, UN PORCENTAJE DE EMPLEO DEL 8.5. LAS EMPRESAS CON UN CAPITAL CONTABLE DE VEINTICINCO MIL PESOS A VEINTICINCO MILLONES DE PE

SOS TIENEN UN PORCENTAJE DE ESTABLECIMIENTO EN EL PAÍS DEL 56.6%, Y CON UN PORCENTAJE DE EMPLEO DEL 74.7%. POR ÚLTIMO LAS EMPRESAS CON UN CAPITAL CONTABLE MAYOR DE VEINTICINCO MILLONES DE PESOS CUENTAN CON UN PORCENTAJE DE ESTABLECIMIENTOS EN EL PAÍS DEL 1.8% Y EL PORCENTAJE DE EMPLEO EN ESTE TIPO DE EMPRESAS ES EL DE 16.8%.

EXISTEN VENTAJAS MARCADAS EN CUANTO A LO QUE SE REFIERE A LA EMPRESA FAMILIAR, EN UNA INVESTIGACIÓN REALIZADA POR CIERTO INSTITUTO, SE DETERMINÓ QUE LA EMPRESA ES ABSORBIDA POR LA FAMILIA Y NO LA FAMILIA FUESE ABSORBIDA POR LA EMPRESA, LA ARMONÍA ES UNA VENTAJA DE ESTAS EMPRESAS YA QUE CUALQUIER HOMBRE PUEDE PENSAR QUE CON TAL GRUPO SE PUEDE FORMAR UN BUEN EQUIPO DE TRABAJO Y DE ESTE PENSAMIENTO EXPRESO O IMPLÍCITO SURGE "LA EMPRESA FAMILIAR".

LA EMPRESA FAMILIAR EN LA MAYORÍA DE LOS CASOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS SE ENCUENTRA EL DUEÑO O ALGÚN FAMILIAR, POR LO QUE SE PUEDE AFIRMAR QUE EL COMERCIO MEXICANO ES UNA INSTITUCIÓN NETAMENTE MEXICANA.

EN CUANTO A LA ESTRUCTURA, Y QUE LOS VALORES FUNDAMENTALES DE UN GRUPO EFICAZ DE TRABAJO Y PODRÍA DETERMINARSE:

- BUENA COMUNICACIÓN
- CONOCIMIENTO MUTO
- INTERESES ELEMENTALES COMUNES
- CONFIANZA ENTRE SI
- EMPATÍA
- AUTORIDAD RECONOCIDA

POR ÚLTIMO LA DEDICACIÓN ES OTRA DE LAS VENTAJAS POR LAS QUE SOBREVIVE LA EMPRESA FAMILIAR YA QUE ESTA EXIGE ENTREGA POR LAS PERSONAS QUE LA COMPONEN, NO HAY OTRA COSA MÁS TENTADORA QUE CONVERTIR LAS FINALIDADES FAMILIARES CON LA FINALIDAD ECONÓMICAS, LA ENTREGA REQUERIDA SE DARÁ EN LA FAMILIAR COMO UN FACTOR COMÚN. POR LO QUE DEDUCIMOS QUE ES EN LA FAMILIAR EN DONDE ENCONTRAMOS ARRESTOS HUMANOS PARA SACRIFICARSE POR UNA META COMÚN, PARA CONVERTIR EL TRABAJO EN CAPITAL, SIN QUE EXISTA NINGUNA REMUNERACIÓN INTERMEDIA, Y PARA RENUNCIAR AL FRUTO MOMENTÁNEO DE ESE TRABAJO ANTE LA PERSPECTIVA DE UN BIÉN FAMILIAR.

AUNADO A LO ANTERIOR OBSERVAMOS QUE EL COMERCIANTE CAPTA TODA LA INFORMACIÓN PRECISA SOBRE LOS GASTOS Y NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES Y PONE LOS BIENES A LA DISPOSICIÓN DE ESTOS EN EL LUGAR, EN LA CANTIDAD, Y CON LA OPORTUNIDAD QUE SE REQUIERAN; ADEMÁS REALIZA FUNCIONES DE -

ALMACENAMIENTO, CONSERVACIÓN, MANTENIMIENTO Y CLASIFICACIÓN DE LOS BIENES, LO CUAL GARANTIZA AL CONSUMIDOR EL BUEN ESTADO DE LOS PRODUCTOS Y FACILITA LA ELECCIÓN DE LA COMPRA.

EVITA A LOS PRODUCTORES, CUANDO ES EL CASO DE MERCADOS QUE VENDEN PRODUCTOS PERECEDEROS, EL ESFUERZO DE LA DISTRIBUCIÓN DE SUS MERCANCÍAS Y LES PERMITE ASIGNAR EFICIENTEMENTE SUS RECURSOS EN LA PRODUCCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS.

ADEMÁS EL COMERCIANTE PROPORCIONA INNUMERABLES SERVICIOS AL CONSUMIDOR ENTRE LOS QUE DESTACAN; CRÉDITO, TRANSPORTE, INSTRUCCIÓN SOBRE EL MANEJO, APLICACIÓN Y USO CORRECTO DE CIERTOS PRODUCTOS, A TRAVÉS DE ESTA ACTIVIDAD EL COMERCIANTE DE MUY DIVERSOS GIROS AYUDA AL CONSUMIDOR A SATISFACER SUS NECESIDADES.

B A S E L E G A L

POR LO QUE CORRESPONDE A LA BASE LEGAL EN CUANTO AL DERECHO QUE SE REPUTAN LOS COMERCIANTES, Y EN VIRTUD DE LO QUE NOS DICE EL CÓDIGO DE COMERCIO SE EXPIDE LO SIGUIENTE:

A R T Í C U L O 3

NOS ASEGURA QUE LAS PERSONAS QUE TENIENDO CAPACIDAD LEGAL PARA EJERCER EL COMERCIO, HACEN DE EL SU OCUPACIÓN ORDINARIA.

ARTICULO 4

NOS ASEGURA QUE LAS PERSONAS QUE ACCIDENTALMENTE, CON O SIN ESTABLECIMIENTO FIJO, HAGAN OPERACIÓN DE COMERCIO, AUNQUE NO SON EN DERECHO COMERCIANTES, QUE DAN, SIN EMBARGO, SUJETAS POR ELLA A LAS LEYES MERCANTILES.

ARTICULO 5

TODA PERSONA QUE SEGÚN LAS LEYES COMÚNES ES HÁBIL PARA CONTRATAR Y OBLIGARSE, Y A QUIEN LAS MISMAS LEYES NOS PROHIBEN EXPRESAMENTE LA PROFESIÓN TIENEN CAPACIDAD LEGAL PARA HACERLO.

ARTICULO 12

NO PUEDEN EJERCER EL COMERCIO

- I LOS CORREDORES
- II LOS QUEBRADOS QUE NO HAYAN SIDO REHABILITADOS
- III LOS QUE POR SENTENCIA EJECUTORIADA HAYAN SIDO SIDO CONDENADOS POR DELITOS CONTRA LA PROPIEDAD, INCLUYENDO EN ÉSTOS, LA FALSEDAD EL PECULADO, EL COHÉCHO Y LA CONCUSIÓN.

ARTICULO 13

LOS EXTRANJEROS SON LIBRES PARA EJERCER EL COMERCIO, SEGÚN LO QUE SE HUBIERE CONVENIDO EN LOS TRATADOS CON SUS RESPECTIVAS NACIONES, Y LO QUE DISPUSIEREN LAS LEYES QUE ARREGLEN LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS EXTRANJEROS.

LEY DE CÁMARAS DE COMERCIO Y DE LAS DE INDUSTRIA

ARTÍCULO 4º TENDRÁN COMO OBJETO:

- I REPRESENTAR LOS INTERESES GENERALES DEL COMERCIO O DE LA INDUSTRIA DE SUS JURISDICCIÓN
- II FOMENTAR AL DESARROLLO DEL COMERCIO O DE LA INDUSTRIA
- III PARTICIPAR EN LA DEFENSA DE LOS INTERESES PARTICULARES DE LOS COMERCIANTES O INDUSTRIALES
- IV SER ÓRGANO DE CONSULTA DEL ESTADO PARA LA SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL COMERCIO O DE LA INDUSTRIA NACIONALES

DE LA CONSTITUCIÓN FUNCIONAMIENTO Y REGISTRO DE LAS CÁM-
RAS

A R T I C U L O 10

LOS COMERCIANTES CUYAS ACTIVIDADES SE CIRCUNSCRIBE AL COMER-
CIO EFECTUADO EN LAS ZONAS DE LOS MERCADOS PÚBLICOS MUNICI-
PALES, DEL DISTRITO FEDERAL O QUE TENGAN EL CARÁCTER DE CO-
MERCIANTES AMBULANTES, SE INSCRIBIRÁN EN LAS UNIONES DE CO-
MERCIANTES DE MERCADOS PÚBLICOS MUNICIPALES Y AMBULANTES, -
LAS CUALES PARA SU CONSTITUCIÓN Y FUNCIONAMIENTO, SE SUJETA
RÁN AL REGLAMENTO QUE AL EFECTO EXPIDA LA SECRETARÍA, EL --
CUAL DEBERÁ TOMAR EN CUENTA LO SIGUIENTE:

- I EN LA ZONA DE CADA MERCADO MUNICIPAL DEL D.F., SE
CONSTITUIRÁ UNA UNIÓN DE COMERCIANTES LOCATARIOS
DE MERCADOS
- II LOS COMERCIANTES AMBULANTES QUE TENGAN RECONOCIDO
ESTE CARÁCTER CONFORME A LOS EMPADRONAMIENTOS MUNI-
CIPALES Y DEL DISTRITO FEDERAL, SE ORGANIZARÁN EN
UNIONES CON UN NÚMERO DE CINCUENTA SOCIOS COMO -
MÍNIMO Y TOMANDO EN CUENTA LA RAMA DE SU ACTIVIDAD
COMERCIAL A LA QUE PERTENEZCAN.

ORGANIZACIÓN JURÍDICA.

COMO MODELO DE LO ANTES EXPUESTO Y EN BASE A LA INVESTIGACIÓN REALIZADA POR LA CONCANACO, SE OBTUVO QUE LOS ENTREVISTADOS SE MOSTRARON RENUENTES EN ALTO GRADO A CONTESTAR ACERCA DE SI EL NEGOCIO SE ENCONTRABA EN UNA SITUACIÓN LEGAL Y REPRESENTADA POR UNA PERSONA FÍSICA O MORAL.

EL RESULTADO QUE ARROJO LA INVESTIGACIÓN FUE QUE EL 10% DEL TOTAL DE PERSONAS ENTREVISTADAS TIENEN SUS DOCUMENTOS Y SON REPRESENTADOS POR UNA PERSONA FÍSICA, EL 31.75% TAMBIÉN DEL TOTAL DE PERSONAS ENTREVISTADAS TIENEN SUS DOCUMENTOS Y SON REPRESENTADOS POR UNA PERSONA MORAL ADECUADAMENTE, POR ÚLTIMO EL 58.25% NO CONTESTÓ A ESTE PREGUNTA, LO ANTERIOR EN VIRTUD DE QUE NO TENÍAN SUS PAPELES EN ÓRDEN ADEMÁS DE QUE NO ERAN REPRESENTADOS POR NINGUNA PERSONA, ESTO PORQUE O SON ESTABLECIMIENTOS PEQUEÑOS Y EL DUEÑO ES EL REPRESENTANTE O PORQUE DEFINITIVAMENTE COMO NO TIENEN SUS DOCUMENTOS EN REGLA NO HAN NOMBRADO A SU REPRESENTANTE.

POR OTRA PARTE LO QUE CORRESPONDE A LA AFILIACIÓN A UNIONES LOCALES DE COMERCIANTES, UNIONES DE COMERCIANTES, CENTRO PATRONAL, ETC., SE OBSERVA QUE EL 88% DEL TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS DECLARA NO ESTAR AFILIADO VOLUNTARIAMENTE A AGRUPACIONES COMERCIALES, LA CUAL REFLEJA EL DESINTERÉS PERSONAL O DEL GRUPO POR NO PERTENECER A DICHOS ORGANISMOS.

CAPITULO II

FINANCIAMIENTO

CAPITULO II

FINANCIAMIENTO

- A) DON ANTONIO MANERO DEFINE AL FINANCIAMIENTO COMO EL CÁLCULO Y ADQUISICIÓN DE LOS FONDOS O CRÉDITOS NECESARIOS PARA PONER A LA EMPRESA EN OPERACIÓN, POR OTRA PARTE - LOS AUTORES HUNT WILLIAMS Y DONALSON LO DEFINEN COMO - EL ESFUERZO PARA PROPORCIONAR LOS FONDOS QUE NECESITAN LAS EMPRESAS EN LAS MÁS FAVORABLES CONDICIONES A LA -- LUZ DE LOS OBJETIVOS DEL NEGOCIO, ELLA TIENE QUE VER CON LA EFECTIVA UTILIZACIÓN DE LOS FONDOS EN LAS ACTIVIDADES DE LOS NEGOCIOS PARA LOGRAR SUS METAS.

POR ÚLTIMO, SEGÚN LO QUE NOS DICE J.N. BONNEVILLE Y L.P.E. DEWEY ES QUE EL FINANCIAMIENTO CONSISTE EN ALLEGAR, RESUMIR Y MANEJAR TODO EL DINERO, CAPITAL Y FONDOS DE CUALQUIER CLASE QUE HAYN DE EMPLEARSE EN RELACIÓN CON EL NEGOCIO.

LAS DEFINICIONES ANTERIORES SE HAN EXPUESTO EN VIRTUD DEL CAPÍTULO QUE NOS CORRESPONDE, SIN EMBARGO, CONSIDERAMOS QUE LA MÁS ADECUADA ES LA DE LOS AUTORES -- BUNEVILLE Y DEWEY, YA QUE ES LA DEFINICIÓN QUE MÁS SE APEGA AL OBJETIVO QUE SE PERSIGUE EN EL PRESENTE TRABAJO

YA QUE MANEJAN DOS CONCEPTOS QUE SON ESCENCIALES EN ESTE TRABAJO Y QUE SON: ALLEGARSE, RESUMIR Y MANEJAR TODO EL DINERO COMO EL PRIMER CONCEPTO Y COMO SEGUNDO QUE -- LOS FONDOS QUE SE TENGAN DE CUALQUIER CLASE SE EMPLEEN EN RELACIÓN DIRECTA CON EL PROPIO NEGOCIO.

LAS DEFINICIONES RESTANTES, SE TOMARON CON EL OBJETO DE OBSERVAR SI EXISTE ALGUNA SIMILITUD O DIFERENCIA CON RELACIÓN A LA OBTENIDA Y ASÍ PODER TENER UN PANORAMA MÁS AMPLIO EN RELACIÓN CON EL FINANCIAMIENTO, SIN EMBARGO -- HAY QUE HACER NOTAR QUE LA DEFINICIÓN ESCOGIDA NO ES LA DEFINITIVA YA QUE SÓLO ES VÁLIDA PARA EFECTOS DEL PRESENTE TRABAJO.

TAMBIÉN ES IMPORTANTE ESTABLECER QUE ESTOS CONCEPTOS NO SON LOS ÚNICOS PARA DEFINIR AL FINANCIAMIENTO Y MUCHO MENOS PARA ESTABLECER UN SÓLO PROCEDIMIENTO Y QUE ÉSTE SE LLEVE A CABO.

- B) SITUACIÓN ACTUAL DEL PEQUEÑO EMPRESARIO DE UN MERCADO SOBRE RUEDAS EN RELACIÓN CON EL FINANCIAMIENTO.
- POR LO QUE SE REFIERE AL FINANCIAMIENTO DE UN PEQUEÑO EMPRESARIO EN UN MERCADO SOBRE RUEDAS Y PARA SER MÁS ESPECÍFICO DEL MERCADO SOBRE RUEDAS DEL QUE HABLAMOS, LA SITUA--

CIÓN ACTUAL ES QUE CUANDO ALGUNA PERSONA SIENTE LA NECESIDAD DE OBTENER UN PRÉSTAMO, PARA OBTENER CIERTAS MERCANCIAS EN SUS MUY DIFERENTES FORMAS O GIROS COMO POR EJEMPLO ROPA, ALHAJAS, AUTOPARTES, FERRETERÍA, ETC., ACUDEN INVARIABLEMENTE LOS DÍAS SÁBADOS O DOMINGOS CON LAS PERSONAS QUE ESPECÍFICAMENTE LLEVAN EL CONTROL DEL DINERO QUE SEMANA A SEMANA APORTAN LOS INTEGRANTES DE ESE MERCADO, ES DECIR, LA CUOTA SEMANAL QUE OTORGAN PARA LA INTEGRACIÓN DE UN FONDO, QUE AL FINALIZAR CADA AÑO, ES REPARTIDO ENTRE LAS MISMAS PERSONAS QUE CONTRIBUYEN AL FONDO, ADEMÁS ESA CANTIDAD QUE ES REPARTIDA LLEVA CONSIGO LA SUMA DE LOS DIFERENTES PRÉSTAMOS QUE SE REALIZARON EN EL TRANSCURSO DEL MISMO AÑO, PARA ADQUIRIR YA SEA MERCANCÍA, MUEBLES, EQUIPO ETC., SEGÚN SEA EL CASO QUE SE PRESENTE.

ES IMPORTANTE INSISTIR QUE EXISTEN TRES FONDOS EN ESE MERCADO EN LAS CUALES SÓLO PUEDEN PEDIRSE PRÉSTAMOS LOS DÍAS SÁBADOS Y DOMINGOS, YA QUE SÓLO ESOS DÍAS ACUEDEN LAS PERSONAS ENCARGADAS DE ESTOS MISMOS FONDOS.

LOS PRÉSTAMOS QUE SE OTORGAN A TRAVÉS DE LOS FONDOS SON REALIZADOS POR MEDIO DE LETRAS DE CAMBIO LAS CUALES TIENEN ESTABLECIDA LA FECHA DE VENCIMIENTO CON LA PERSONA QUE OTORGA EL PRÉSTAMO Y EL QUE LO PIDE.

ES PERTINENTE ACLARAR QUE EL PRÉSTAMO SE REALIZA SOBRE LA BASE DE INTERÉS DEL 5% SEMANAL LO QUE HACE QUE LA DEUDA, SE PAGUE LO MÁS RÁPIDO POSIBLE, ES DECIR, QUE EL QUE RECIBIÓ EL PRÉSTAMO SE SIENTE PRESIONADO Y ASÍ PUEDE PAGAR MÁS RÁPIDAMENTE EL TOTAL DEL PRÉSTAMO QUE OBTUVO Y POR OTRA PARTE UN BENEFICIO ECONÓMICO A LAS PERSONAS QUE CONTRIBUYEN SEMANA CON SEMANA A CUBRIR CON SU RESPECTIVA CUOTA.

ADemás HAY QUE MENCIONAR QUE LOS PRÉSTAMOS SE OTORGAN A CUALQUIER PERSONA ES DECIR, QUE NO NECESARIAMENTE DEBEN ESTAR INTEGRADAS A LOS FONDOS CON LOS QUE OPERA EL MERCADO, PERO ESO SI QUE SEAN AMPLIAMENTE RECOMENDADAS Y QUE UNA PERSONA DEL MERCADO SEA EL AVAL DE LA QUE PIDIÓ EL PRÉSTAMO, PARA QUE EN CASO DE QUE NO PAGUE AQUEL, LA PERSONA QUE FUE EL AVAL CUBRIRÁ LA DEUDA DEL PRÉSTAMO.

EN GENERAL NO CUENTAN CON LÍNEAS DE CRÉDITO CON LOS BANCOS, SOBRE TODO LOS NEGOCIOS DE ALIMENTOS, QUIZÁ PORQUE DEBIDO A SU MAGNITUD NO PUEDEN SER SUJETOS DE CRÉDITO, - ADemás DE LOS MÁRGENES QUE SUELE SER OTRO INDICADOR PARA EL OTORGAMIENTO DE CRÉDITO, SEAN A TRAVÉS DE RECURSOS

PROPIOS O DE FIDEICOMISOS DEL BANCO DE MÉXICO.

UNA ENORME MAYORÍA DE PEQUEÑOS EMPRESARIOS NO CUENTA CON LÍNEAS CREDITICIAS, POR LO QUE QUEDA DE MANIFIESTO EL POCO APOYO QUE EL SECTOR RECIBE DE LA BANCA, LO ANTERIOR LO OBSERVAMOS EN VIRTUD DE LA INVESTIGACIÓN HECHA POR LA CONCANACO EN LO QUE EL 29.25 DEL TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS ENCUESTADOS SI TIENEN ALGUNA LÍNEA DE CRÉDITO CON ALGÚN BANCO, EL 66.25% NO TIENEN ESTABLECIDA NINGUNA LÍNEA DE CRÉDITO POR LOS COMENTARIOS HECHOS ANTERIORMENTE Y POR ÚLTIMO SÓLO EL 4.5% NO SABE DE CRÉDITOS POR LOS BANCOS.

EN BASE A ESTA ÚLTIMA RESPUESTA Y EN LA MISMA INVESTIGACIÓN SE REALIZÓ OTRA PREGUNTA EN LA CUAL SE OBTUVIERON LAS SIGUIENTES RESPUESTAS:

EL 14.75% DE LAS PERSONAS SI CONOCEN ALGÚN FONDO U ORGANISMO OFICIAL QUE OTORQUE CRÉDITOS AL COMERCIO, SIN EMBARGO, EL 82.25% DEFINITIVAMENTE NO CONOCEN NINGÚAN ORGANISMO OFICIAL QUE OTORQUE ESOS CRÉDITOS.

EN BASE A LAS PERSONAS QUE CONTESTARON QUE SI CONOCÍAN ORGANISMOS RESULTÓ QUE, PRÁCTICAMENTE EN LOS GIROS COMERCIALES NO EXISTE CONOCIMIENTO AL RESPECTO, SALVO ALGUNOS CASOS COMO VIMOS ANTERIORMENTE, SIN EMBARGO, SÓLO SE MENCIONÓ UN ORGANISMO LLAMADO FIDEC, SÓLO QUE ÉSTE ES UTILIZADO CON EL FIN DE PREVEERSE DE MERCANCÍAS.

c) FUENTES DE FINANCIAMIENTO

PRÉSTAMOS A CORTO PLAZO

LOS PRÉSTAMOS A CORTO PLAZO SE MUEVEN DENTRO Y FUERA DEL ACTIVO CIRCULANTE, ES DECIR, EL PRÉSTAMO SE BASA EN EL ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO, REPRESENTA AQUELLAS DEUDAS QUE SE ESPERA SEAN PAGADAS A MENOS DE UN AÑO, EL CRÉDITO DE PROVEEDORES Y LOS PRÉSTAMOS BANCARIOS A CORTO PLAZO SE LES CONSIDERA COMO FINANCIAMIENTO A CORTO PLAZO.

NORMALMENTE LOS PRÉSTAMOS A CORTO PLAZO SON AUTOLIQUIDABLES, ESTO SIGNIFICA QUE SON UTILIZADOS PARA COMPRAR COSAS QUE HABRÁN DE GENERAR FONDOS PARA PAGAR LOS PRÉSTAMOS, FRECUENTEMENTE SE EFECTÚAN SOBRE UNA BASE NO GARANTIZADA ESTO SIGNIFICA QUE NO SE TENDRÁ QUE OTORGAR GARANTÍAS, PUESTO QUE LA PERSONA QUE LE PRESTE CONFÍARÁ EN SU REPUTACIÓN CREDITICIA, SI EL QUE CONCEDE EL CRÉDITO NO CONOCE SU NIVEL CREDITICIO DE ALGUNA PERSONA, EL PODRÁ OTORGARLE UN PRÉSTAMO GARANTIZADO.

EXISTEN DOS FUENTES DE FINANCIAMIENTO

1) FUENTES AUTOGENERADORAS A CORTO PLAZO

2) FUENTES AUTOGENERADORAS A LARGO PLAZO

1) FUENTES AUTOGENERADORAS A CORTO PLAZO

A) EL CRÉDITO MERCANTIL

B) LOS GASTOS ACUMULADOS

C) PASIVOS A FAVOR DEL FISCO

POR OTRA PARTE LA HABILIDAD DE LOS DIRECTIVOS PARA MANEJAR EL CRÉDITO A TRAVÉS DE MAGNÍFICAS RELACIONES CON LOS PROVEEDORES PERMITIRÁ A LA "EMPRESA" (EN NUESTRO CASO A LAS PERSONAS QUE TRABAJAN EN EL MERCADO SOBRE RUEDAS) FINANCIARSE EN FORMA IMPORTANTE, CON ESE CRÉDITO, SIN TENER QUE RECURRIR A OTRAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y QUE NORMALMENTE REQUIEREN DE DIVERSOS TIPOS DE GARANTÍA. BÁSICAMENTE EL SISTEMA QUE MANEJA ACTUALMENTE EL MERCADO SOBRE RUEDAS ES EL DE AUTOGENERACIÓN DE CRÉDITO Y QUE ESTE SE CONOCE TAMBIÉN COMO ESPONTÁNEA Y QUE SE ORIGINA POR RAZÓN DE LAS OPERACIONES PROPIAS DEL MERCADO, ES DECIR, EL MISMO MERCADO AL DESARROLLAR SUS ACTIVIDADES -- CREÓ ESTE SISTEMA COMO TAL QUE DE HECHO PUEDE SER APROVECHADA PARA REDUCIR LAS NECESIDADES FINANCIERAS PROVENIENTES DE OTRAS FUENTES.

AL IGUAL QUE LA "EMPRESA" PUEDE ADQUIRIR MERCANCIAS ACTIVOS A CRÉDITO, ES SUSCEPTIBLE DE RECIBIR SERVICIOS QUE NO TENGAN QUE SER PAGADOS DE INMEDIATO, COMO EJEMPLO TÍPICO LO CONSTITUYEN LOS SUELDOS Y SALARIOS QUE PUEDEN SER PAGADOS EN FORMA SEMANAL O QUINCENAL, DE HECHO EL GASTO SE

PRODUCE CUANDO SE PRESTA EL SERVICIO, PERO COMO EL PAGO NO SE EFECTÚA DE INMEDIATO, SE CREA UN PASIVO, QUE COMUN-
MENTE SE DEFINE COMO GASTO ACUMULADO POR PAGAR.

POR OTRA PARTE EXISTEN TRES FORMAS PARA OBTENER UN CRÉ-
DITO COMERCIAL, LA CUENTA ABIERTA, LOS PAGARÉS Y LAS LE-
TRAS DE CAMBIO.

LA CUENTA ABIERTA GENERALMENTE SE CONCEDE SOLAMENTE DES-
PUES DE QUE EL VENDEDOR HACE UNA INVESTIGACIÓN A FONDO
DE LA REPUTACIÓN DE CRÉDITO DEL COMPRADOR SE DERIVA DEL
HECHO DE QUE EL COMPRADOR, NO FIRMA NINGUN INSTRUMENTO
FORMAL QUE COMPRUEBE LA CANTIDAD QUE ADEUDA AL VENDEDOR,
COMO SERÍA EL CASO SI SE SOLICITARA Y OBTUVIERA UN CRÉ-
DITO BANCARIO.

EN ALGUNAS CIRCUNSTANCIAS SE USA UN PAGARÉ PARA LA --
TRANSACCIÓN A MENUDO SE REQUIERE QUE LOS COMPRADORES --
FIRMEN ESTA CLASE DE DOCUMENTOS CUANDO LAS CUENTAS POR
COBRAR ESTÁN VENCIDAS.

ESTE TIPO DE DOCUMENTOS SE ENCUENTRAN SUMAMENTE DESPRES-
TIGIADO YA QUE, NORMALMENTE NADIE LOS PAGA A SU PRESEN-
TACIÓN. ÉSTA SITUACIÓN DESVIRTÚA ESTE CRÉDITO DEJANDO

DE SER UNA SENCILLA MANERA DE CONSEGUIR DINERO, YA QUE DE ESTA FORMA MUCHÍSIMAS "EMPRESAS" RESOLVERÁN SUS PROBLEMAS DE FINANCIAMIENTO.

POR ÚLTIMO LAS LETRAS DE CAMBIO SE ACOSTUMBRAN EN VEZ DE REMITIRLE AL COMPRADOR LA MERCANCÍA, ESTE DOCUMENTO SE LES PRESENTARÁ AL COMPRADOR A SU VENCIMIENTO PARA QUE LO PAGUE, ESTA LETRA DE CAMBIO LA PUEDE PRESENTAR DIRECTAMENTE EL QUE OTORGÓ EL PRÉSTAMO PARA QUE A SU VENCIMIENTO LO PAGUE EL QUE ACEPTÓ LA DEUDA.

EXISTEN ENTRE OTRAS LAS SIGUIENTES FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA QUE LAS UTILICE EL PEQUEÑO EMPRESARIO Y QUE SON A CORTO PLAZO.

PRÉSTAMOS DE PIGNORACIÓN: PARA LA ADQUISICIÓN DE MATERIAS PRIMAS SE RECURRE A ESTE TIPO DE PRÉSTAMOS, EN DONDE LAS PROPIAS MERCANCÍAS QUEDAN EN GARANTÍA EL COMPRADOR NECESITA LIQUIDAR EL CRÉDITO PARA DISPONER DE LAS PROPIAS MERCANCÍAS LA PIGNORACIÓN SE COMPLEMENTA CON LA EXISTENCIA DE ALMACENES DE DEPÓSITO MISMOS QUE EXPIDEN CERTIFICADOS DE DEPÓSITOS, LOS CUALES QUEDAN EN PODER DE LOS BANCOS MIENTRAS NO ES LIQUIDADO EL CRÉDITO.

POR ÚLTIMO HAREMOS MENCIÓN AL CRÉDITO BANCARIO Y QUE SON LOS CRÉDITOS BASADOS EN LAS NECESIDADES DEL CAPITAL DE TRABAJO LAS CUALES TIENEN IMPLÍCITOS LA RECIPROCIDAD E INTERÉS MAYOR.

DENTRO DE LOS PRÉSTAMOS OTORGADOS POR LOS BANCOS SE ENCUENTRAN LOS PRÉSTAMOS DIRECTOS; SON LOS MÁS CÓMODOS PARA LA "EMPRESA", PERO LOS MÁS DIFÍCILES DE OTORGAR POR LOS BANCOS, YA QUE ÉSTOS CARECEN DE GARANTÍAS ESPECÍFICAS.

POR OTRO LADO, SE EN ENCUENTRAN LOS DESCUENTOS MERCANTILES Y QUE ES EL FINANCIAMIENTO DE VENTAS QUE SE UTILIZA PARA FINANCIAR VENTAS, OPERACIONES COMERCIALES, ETC., TIENE DOBLE GARANTÍA PUES ADEMÁS DE LA FIRMA Y RESPONSABILIDAD DEL DEUDOR, EL BANCO TAMBIÉN ESTÁ GARANTIZADO POR LA FIRMA (ENDOSO) DE SU CLIENTE.

LOS PLAZOS SON MÁS ABIERTOS (DE ACUERDO CON EL PLAZO DEL DOCUMENTO) Y PUEDE LLEGAR A VARIOS AÑOS.

SON CUMÚNMENTE UTILIZADOS PARA PROVEER FONDOS PARA LA COMPRA DE NEGOCIOS EXISTENTES, PARA AYUDAR A ESTABLECER NEGOCIOS NUEVOS Y PARA PROVEER EL CAPITAL DE TRABAJO -- ADICIONAL PARA LA EMPRESA QUE ESTÁ EN CRECIMIENTO.

AL CONCEDERLES CRÉDITOS A MEDIANO PLAZO, LOS PRESTAMISTAS YA SEA BANCOS U OTROS PUEDEN OBLIGARLE A PROPORCIONAR ESTADOS FINANCIEROS ANUALES O MANTENER SALDOS BANCARIOS MÍNIMOS, O BIEN PUEDEN PROHIBIRLES OBTENER OTRO CRÉDITO SIN SU CONSENTIMIENTO LA MAYOR PARTE DE ESTOS SE ENCUENTRAN AMPARADOS CON GARANTÍAS QUE PUEDEN SER ACTIVOS FIJOS, PERO QUIEN CONCEDE EL CRÉDITO DEBEN CONFIAR EN LA CAPACIDAD DE CRÉDITO DEL SOLICITANTE EN BASE A SUS UTILIDADES.

LOS PRÉSTAMOS SE OTORGARÁN CONSIDERANDO LA RESPONSABILIDAD MORAL Y REPUTACIÓN DEL SOLICITANTE DE CRÉDITO, ASÍ COMO SU CAPACIDAD PARA ADMINISTRARLO.

PRÉSTAMOS A LARGO PLAZO.

TIENEN UNA DURACIÓN SUPERIOR A LOS DIEZ AÑOS, CUANDO SE TRATA DE ESTOS PRÉSTAMOS, EL OTORGANTE EL CRÉDITO DEBE ESTAR SEGURO QUE EL NEGOCIO HABRÁ DE SUBSISTIR DURANTE LA VIGENCIA DEL PRÉSTAMO, ESTO SIGNIFICA QUE EL NEGOCIO DEBE SER LO SUFICIENTEMENTE GRANDE Y ESTABLE QUE GARANTICE SU PERMANENCIA, QUIÉN CONCEDA EL CRÉDITO TAMBIÉN INSISTIRÁ EN UNA GARANTÍA CON UN VALOR MÁS ESTABLE, TAL COMO OCURRE CON LOS BIENES RAÍCES.

EL CAPITAL A LARGO PLAZO ADQUIERE, USUALMENTE, LA FORMA DE OBLIGACIONES E HIPOTECAS LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS RARA VEZ TIENEN LA FORTALEZA Y EL TAMAÑO COMO PARA EMITIR OBLIGACIONES; POR LO TANTO LAS HIPOTÉCAS CONSTITUYEN LA MAYOR PARTE DE LAS DEUDAS A LARGO PLAZO.

SI UN PEQUEÑO COMERCIANTE NECESITA CAPITAL DE NATURALEZA Y NO PUEDE SATISFACER LOS REQUISITOS TAN COMPLICADOS DE GARANTÍAS A LOS PROVEEDORES DE RECURSOS A LARGO PLAZO DEBERÁ ACUDIR A LOS FONDOS DE CAPITAL CONTABLE PARA SATISFACER SUS NECESIDADES (COMO POR EJEMPLO REINVERSIÓN DE UTILIDADES).

CAPITULO III

PLANEACION

III PLANEACION

A) AUTORES MEXICANOS

BÁSICAMENTE ANALIZAREMOS BREVEMENTE A LOS QUE MÁS HAN -
INFLUIDO EN LA FORMACIÓN Y ESTUDIO DE LOS ADMINISTRADO-
RES PROFESIONALES EN MÉXICO.

EN PRIMER TÉRMINO HABLAREMOS UN POCO DEL MAESTRO AGUS--
TÍN REYES PONCE. AUTOR DE LIBROS EN ADMINISTRACIÓN, DI-
RECTOR Y PROFESOR EN DIVERSAS UNIVERSIDADES EN MÉXICO Y
CONSULTOR EN MUCHAS EMPRESAS. SUS PRINCIPALES OBRAS
SON: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ANÁLISIS DE PUESTOS,
ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL, ADMINISTRACIÓN POR OBJETIVOS.

SU OBRA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS ES CIEN POR CIEN-
TO DIDÁCTICA, CON UN ENFOQUE DIRIGIDO HACIA LA ADMINIS-
TRACIÓN DE LAS EMPRESAS, FUNDAMENTALMENTE SEGUIDOR DE
LA ESCUELA DE FREDERICK TAYLOR Y HENRY FAYOL, CON INFLUEN-
CIAS DE KOONTZ Y O'DONELL, DOMINA LA CIENCIA ADMINIS--
TRATIVA EN TODO LO QUE ABARCAN SUS ESTUDIOS SOBRE LA MA-
TERIA, ADEMÁS DE QUE ENFOCA SU LIBRO SOBRE LA BASE DE -
LAS ETAPAS DEL PROCESO ADMINISTRATIVO, EL CUAL LAS DIVI-
DE EN DOS ETAPAS: LA ETAPA MECÁNICA QUE COMPRENDE LA -

PREVISIÓN, LA PLANEACIÓN Y LA ORGANIZACIÓN Y LA ETAPA DINÁMICA QUE INCLUYE LA INTEGRACIÓN DE RECURSOS, COMO LOS HUMANOS, LA DIRECCIÓN Y EL CONTROL.

EN SEGUNDO TÉRMINO HABLAREMOS DE OTRO AUTOR IMPORTANTE; ISAAC GUZMÁN VALDIVIA, FUE PIONERO EN LAS CARRERAS DE RELACIONES INDUSTRIALES Y ADMINISTRACIÓN.

PROBLEMAS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, SOCIOLOGÍA INDUSTRIAL, ETC., SU TEORÍA BÁSICAMENTE SE DESARROLLA BAJO UN ENFOQUE SOCIOLÓGICO, PERO EN BASE AL PROCESO ADMINISTRATIVO. REFUREZA LAS TEORÍAS DE REYES PONCE, AUNQUE SE PREOCUPA POR LA CONDUCTA DEL ADMINISTRADOR.

AHORA HABLAREMOS DEL AUTOR JOSÉ ANTONIO FERNÁNDEZ ARENA, EXDIRECTOR DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO, ESCRITOR DE OBRAS TAN IMPORTANTES COMO: EL PROCESO ADMINISTRATIVO, ASÍ COMO TAMBIÉN LA OBRAS TAN IMPORTANTES COMO TAMBIÉN LA OBRA AUDITORÍA ADMINISTRATIVA. UNO DE LOS AUTORES MÁS IMPORTANTES QUE HAN INFLUIDO EN MÉXICO, FUNDAMENTALMENTE POR SUS OBRAS, QUE SE DIFUNDIERON MUCHO CUANDO EL FUE DIRECTOR DE LA ESCUELA.

FINALMENTE, NOS TOCA HABLAR DEL PROFESOR FRANCISCO LARRIS CASILLAS, CONTADOR PÚBLICO Y LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, POSTGRADUADO EN HARVARD Y EN EL -- IPADE (INSTITUTO PANAMERICANO DE ALTA DIRECCIÓN), DIRECTOR DE ACTIVIDADES CIENTÍFICAS EXTERNAS EN EL MISMO INSTITUTO. EL FUTURO DEL MAÑANA DE MÉXICO Y SU OBRA DE ADMINISTRACIÓN INTEGRAL HA INFLUIDO GRADUALMENTE EN EL ESTUDIO DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN, YA QUE HA PESAR DE LAS CINCO EDICIONES ANTERIORES NO HAN SUFRIDO MODIFICACIÓN ALGUNA EN SU CONTENIDO, SIN EMBARGO, SE LE HA ADICIONADO UN CAPÍTULO DEDICADO AL USO Y MANEJO DE SISTEMAS DE COMPUTACIÓN ELECTRÓNICA, QUE AHORA EN NUESTROS DÍAS HAN TENIDO UN AUGE MUY IMPORTANTE.

TAMBIÉN ES AUTOR DE COMERCIALIZACIÓN DINÁMICA (EDITORIAL DIANA) AGOTADA Y ESTRATEGIAS PARA LA PLANEACIÓN Y EL CONTROL EMPRESARIAL (EDITORIAL TRILLAS) QUE ESTÁ EN SU 2A. EDICIÓN.

- B) DIFERENTES CONCEPTOS DE PLANEACION DE ACUERDO AL CRITERIO DE LOS SIGUIENTES AUTORES:

GEORGE TERRY:

ESTE AUTOR DEFINE A LA PLANEACIÓN COMO LA SELECCIÓN Y

RELACIÓN DE HECHOS, ASÍ COMO LA FORMULACIÓN Y USO DE -
SUPOSICIONES RESPECTO AL FUTURO EN LA VISUALIZACIÓN Y
FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES PROPUESTAS QUE SE CREEN
SEAN NECESARIAS PARA ALCANZAR LOS RESULTADOS DESEADOS 1/

ADemás, NOS DICE QUE EN LA PLANEACIÓN SE USAN HECHOS -
DE LOS QUE SE DERIVAN LAS ACTIVIDADES A REALIZAR Y SUS
RESULTADOS QUE SE QUIEREN LOGRAR, LA PLANEACIÓN DE -
ACUERDO A LO QUE NOS INDICA EL AUTOR ES DE CARÁCTER ME
RAMENTE INTELECTUAL, SE REQUIERE REFLEXIONAR YA QUE IM
PLICA ACTIVIDADES FUTURAS.

FRED LUTHANS:

NOS DICE QUE LA PLANEACIÓN ES CUALQUIER PROYECTO, PRO-
GRAMA, MÉTODO DESARROLLADO CON ANTICIPACIÓN PARA LOGRAR
UN OBJETIVO 2/. COMO SE OBSERVA DE LO ANTERIOR SE DEDU
CEN TRES COSAS MUY IMPORTANTES, UNA SON LOS CONCEPTOS -
POR MEDIO DE LOS CUALES SE LOGRARÁ EL OBJETIVO, EL CUAL
ES A LO QUE QUEREMOS LLEGAR Y POR ÚLTIMO EL FUTURO, YA
QUE DE ESTE CONCEPTO SE DEPENDE DE LA VALORACIÓN EXACTA
DEL MISMO.

1/ George Terry "Principios de Administración" p.190

2/ Fred Luthans "Introducción a la Administración" p.38

POR OTRA PARTE, AGUSTÍN REYES PONCE LA DEFINE COMO "LA FIJACIÓN DEL CURSO CONCRETO DE ACCIÓN QUE HA DE SEGUIRSE, ESTABLECIENDO LOS PRINCIPIOS QUE HABRÁN DE ORIENTARLO, LA SECUENCIA DE OPERACIONES PARA REALIZARLO Y LAS DETERMINACIÓN DE TIEMPOS Y DE NÚMEROS, NECESARIOS PARA SU REALIZACIÓN, ES DECIR, LA PLANEACIÓN CONTESTA A LA PREGUNTA, QUE ES LO QUE VA A HACERSE ^{3/}

POR LO ANTERIOR ESTE AUTOR NOS INDICA QUE DEBERÁ FIJARSE ACTIVIDADES CONCRETAS QUE SE DEBEN DE SEGUIR, SIN SALARSE DE LAS NORAMAS ESTABLECIDAS, CUIDANDO TAMBIÉN QUE ESAS ACTIVIDADES SE DEN NECESARIAMENTE UNA TRAS OTRA, ASÍ COMO LA ASIGNACIÓN DEL TIEMPO QUE SE ESTIME EN CADA UNA DE ESAS ACTIVIDADES.

PARA KOONTZ Y O'DONELL "LA PLANEACIÓN ES DECIDIR POR ADELANTADO QUE HACER, COMO Y CUANDO HACERLO Y QUIEN HA DE HACERLO, LA PLANEACIÓN CUBRE LA BRECHA QUE VA DESDE DONDE ESTAMOS HASTA DONDE QUEREMOS IR" ^{4/}

PARA EL AUTOR MEXICANO ISAAC GUZMAN VALDIVIA, "LA PLANEACIÓN ES LA FUNCIÓN DE UN GERENTE QUE IMPLICA UNA -

3/ Agustín Reyes Ponce "Administración de empresas" p.165

4/ Koontz y O'donell "Curso de Administración Moderna"

SELECCIÓN, ENTRE DIVERSAS ALTERNATIVAS, DE LOS OBJETIVOS, DE LAS POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y PROGRAMAS" ^{5/}

POR ÚLTIMO, EL AUTOR MEXICANA FRANCISCO JAVIER LARIS CASILLAS, NOS INDICA QUE "LA PLANEACIÓN CONSISTE EN LA DEFINICIÓN DE OBJETIVOS, LA ORDENACIÓN DE LOS MÉTODOS Y - LAS FORMAS DE ORGANIZACIÓN, EL ESTABLECIMIENTO DE MEDIDAS DE TIEMPO, CANTIDAD Y CALIDAD, LA LOCALIZACIÓN ESPECIAL DE LAS ACTIVIDADES Y OTRAS ESPECIFICACIONES NECESARIAS - PARA ENCAUZAR ANTICIPADA Y RACIONALMENTE LA CONDUCTA DE LA PERSONA GRUPO HACIA METAS PREESTABLECIDAS." ^{6/}

COMO CONCLUSIÓN DE LAS DEFINICIONES ANTERIORES SE DEDUCE QUE LA PLANEACIÓN ES LA FORMULACIÓN Y USO DE SUPOSICIONES BASADA EN HECHOS PASADOS, POR MEDIO DE OBJETIVOS, DE LA DETERMINACIÓN DE MÉTODOS CON ANTICIPACIÓN, CUIDANDO QUE SIGA LOS PRINCIPIOS QUE LOS ORIENTEN, CON UNA SECUENCIA DE ACTIVIDADES CON ASIGNACIÓN DE TIEMPOS PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS.

^{5/} Isaac Guzmán Valdivia "La Dirección de los Grupos Humanos".

^{6/} Francisco Javier Laris Casillas. "Administración Integral"

c) VENTAJAS DE LA PLANEACION

EXISTEN VENTAJAS EN EL ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS YA -
QUE FACILITAN LA ACCIÓN COORDINADA DEL ELEMENTO HUMANO PA
RA LOGRAR ESTOS OBJETIVOS.

LOS OBJETIVOS AYUDAN A ELIMINAR TIEMPO OCIOSO E IMPRODUC-
TIVO, PUES ESTOS YA ESTÁN ESTABLECIDOS, SIRVEN DE BASE A
LOS PLANES PARA DESARROLLAR ÉSTOS MISMOS, DENTRO DE LOS -
PLANES DE USO ÚNICO, ASÍ COMO LOS PLANES DE ACTIVIDAD --
CONSTANTE SE TIENEN VENTAJAS ES CUANTO A QUE FACILITAN LA
DELEGACIÓN DE AUTORIDAD, FAVORECEN EN GRAN MEDIDA EL CON-
TROL SOBRE LOS RECURSOS, AYUDAN GRANDEMENTE A CREAR MEJO-
RES MÉTODOS, ASÍ COMO MEJORES PROCEDIMIENTOS DENTRO DE LA
EMPRESA DE QUE SE TRATE, AYUDAN A ECONOMIZAR TIEMPO Y ES-
FUERZO, ASÍ COMO DE PERSONAL TENIENDO EN CUENTA QUE SE -
BUSCARÍA LA MEJOR MANERA DE HACER SU TRABAJO. POR OTRA -
PARTE ANTECEDEN LA POSIBILIDAD DE QUE EN EL FUTURO PUDIE-
RA OCURRIR UNA CRISIS, AYUDAN A DISEÑAR MEJORES MÉTODOS -
ETC.

LA PLANEACIÓN SE APROVECHA DE LAS ACTIVIDADES EXPRESAS -
Y ORDENADAS, LOS ESFUERZOS SE DIRIGEN HACIA LOS RESULTA--
DOS DESEADOS Y SE LOGRA UNA SECUENCIA DE ESFUERZOS EFECTI
VOS, SE MINIMIZA LA EJECUCIÓN DEL TRABAJO, EL TRABAJO NO

PRODUCTIVO, LOS GASTOS PARA CIERTAS ACTIVIDADES SE FIJAN EL MÍNIMO, O DENTRO DE UN ORDEN CONOCIDO, ADEMÁS SE COORDINAN LAS ACTIVIDADES HACIA EL OBJETIVO PREDETERMINADO.

LA PLANEACIÓN PUEDE INDICAR LA NECESIDAD DE CAMBIOS FUTUROS COMO, NUEVAS ACTIVIDADES, NUEVAS FUENTES DE SERVICIOS, NUEVAS GERENCIAS ETC., GUÍA ADEMÁS EL PENSAMIENTO HACIA FUTURAS ACTIVIDADES CONVENIENTES, INDICANDO LA FIRMA DE HACER EL CAMBIO, AYUDA AL GERENTE A LOGRAR SU VERDADERA CONDICIÓN DE GERENTE, ES UN ENFOQUE ORGANIZADO PARA FUTUROS PROBLEMAS Y POR ÚLTIMO UN ASPECTO BIEN IMPORTANTE - ES QUE PERMITE APROVECHAR MEJOR LOS RECURSOS.

D) DESVENTAJAS DE LA PLANEACION

ESTA ETAPA DEL PROCESO ADMINISTRATIVO TIENE DESVENTAJAS IMPORTANTES QUE CONVIENE TOMAR EN CUENTA PARA NO INCURRIR EN MÁS ERRORES QUE EN ACIERTOS.

EN PRIMER LUGAR UNA DESVENTAJA DE LA PLANEACIÓN ES LA INEXACTITUD DE LOS PRONÓSTICOS, YA QUE SI ESTA FORMA DE PLANEAR FALLA O EXISTE EN ALGÚN PASO DEL MISMO EL PRONÓSTICO NO SERÁ BUENO, EN SEGUNDO TÉRMINO OTRA DESVENTAJA QUE TIENE ESTA ETAPA ES LA DISTINCIÓN ENTRE PLANES DE

USO ÚNICO, ASÍ COMO LOS PLANES DE USO CONSTANTE, YA QUE SI EXISTEN PROBLEMAS QUE SE ENCUENTRAN REPETIDOS, LA PLANEACIÓN PUEDE RESULTAR EXCESIVA, POR LO QUE CUESTA DEDICAR TIEMPO A ESTE TIPO DE PROBLEMAS DESATENDIENDO OTROS QUE PUEDAN TENER MAYOR IMPORTANCIA.

LA TENDENCIA A QUE NO SEAN FLEXIBLES; ES DECIR, QUE LA PLANEACIÓN DEBE SER ÁGIL PARA PODER AJUSTARSE A LOS CAMBIOS QUE EXISTAN O SE PRESENTEN EN EL FUTURO EN LA EMPRESA.

OTRO DE LOS ASPECTOS IMPORTANTES QUE HAY QUE DESTACAR ES EL TIEMPO, YA QUE EN OCASIONES ES NECESARIO TOMAR DECISIONES IMPORTANTES, RÁPIDAS, LO QUE RESULTA EVIDENTE QUE EN LA MAYORÍA DE LOS CASOS NO SE DISPONE DE TIEMPO PARA PODER PLANEAR.

OTRA DE LAS DESVENTAJAS SON LOS GASTOS QUE EXISTEN PARA LA PLANEACIÓN PUES COMO ELLAS MISMA BUSCA COMO OBJETIVO EL AHORRO, ESTA MISMA ES IMPOSIBLE DE REALIZAR.

POR ÚLTIMO SE ENCUENTRAN LOS FACTORES EXTERNOS QUE SON LOS QUE RODEAN A LA EMPRESA Y QUE NECESARIAMENTE INTERVIENEN EN LA PLANEACIÓN COMO UN FACTOR EN CONTRA DE LA PLANEACIÓN, TAMBIÉN LA LIMITAN LA ACTIVIDAD FISCAL Y ADMINISTRATIVA DEL ESTADO.

c) TÉCNICAS PARA PLANEAR

DENTRO DE ÉSTAS TÉCNICAS EXISTEN UNA GRAN VARIEDAD DE DIVERSIFICACIÓN YA QUE HAY CASI TANTAS TÉCNICAS COMO PLANES PARA PLANEAR, SIN EMBARGO PARA EFECTOS DE ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN SOLAMENTE MENCIONAREMOS LOS MÁS IMPORTANTES, LOS CUALES SON:

- MANUALES DE OBJETIVOS Y POLÍTICAS DEPARTAMENTALES, ETC.
- DIAGRAMAS DE PROCESOS Y DE FLUJO, QUE SIRVAN PARA REPRESENTAR, ANALIZAR, MEJORAR UN PROCEDIMIENTO
- GRÁFICAS DE GANTT, TIENEN POR OBJETIVO CONTROLAR LA EJECUCIÓN SIMULTÁNEA DE VARIAS ACTIVIDADES
- PROGRAMAS DE MUY DIVERSAS FORMAS, COMO POR. -- EJEMPLO; LOS PRESUPUESTOS NO FINANCIEROS, PRESUPUESTOS FINANCIEROS Y LOS PRONÓSTICOS.
- LOS SISTEMAS CONOCIDOS CON EL NOMBRE DE PERT, CPM, RAMPS, LOS CUALES SE CONOCEN CON EL NOMBRE DE TÉCNICAS DE TRAYECTORIA CRÍTICA, PORQUE SU OBJETIVO ES PLANEAR Y PROGRAMAR EN FORMA GRÁFICA Y CUANTITATIVA UNA SERIE DE ACTIVIDADES SIMULTÁNEAS QUE TIENEN EL MISMO FIN, ASÍ -

COMO TAMBIÉN EL MISMO ORIGEN, SE AVOCAN PRINCIPALMENTE A LA DURACIÓN DE LAS ACTIVIDADES, SU COSTO, TIEMPO, ETC.

EN CUANTO A LOS MANUALES, EL CONCEPTO DE ESTE, ES EMPÍRICO, VARIABLE Y FÁCIL DE ENTENDER LO QUE SIGNIFICA: FOLLETO, LIBRO, CARPETA, EN LOS QUE SE CONCENTRAN EN FORMA SISTEMÁTICA, UNA SERIE DE ELEMENTOS ADMINISTRATIVOS PARA UN FIN CONCRETO.

EXISTEN MUY DIVERSOS TIPOS DE MANUALES:

MANUAL DE OBJETIVOS Y POLÍTICAS

REÚNE A UN GRUPO DE OBJETIVOS PROPIOS DE LA EMPRESA CLASIFICADOS POR DEPARTAMENTOS, CON EXPRESIÓN DE LAS POLÍTICAS CORRESPONDIENTES A ESOS OBJETIVOS Y ALGUNAS REGLAS QUE AYUDAN A APLICAR ESTAS POLÍTICAS.

LOS MANUALES DEPARTAMENTALES, SON AQUELLOS EN QUE SE RECOGEN TODAS LAS POLÍTICAS, REGLAS APLICABLES A CADA DEPARTAMENTO.

POR LO QUE CORRESPONDE A LOS MANUALES DEL EMPLEADO O DE BIENVENIDA, SON LOS QUE PRINCIPALMENTE RECOGEN TODO LO QUE INTERESA CONOCER AL EMPLEADO EN GENERAL, ES MUY --

USUAL QUE UTILIZE ESTE TIPO DE DOCUMENTO CUANDO ALGÚN EMPLEADO INGRESA A LA EMPRESA.

MANUALES DE ORGANIZACION

SON COMO UNA EXPLICACIÓN, AMPLIACIÓN Y COMENTARIO DE LAS CARTAS DE ORGANIZACIÓN A QUE NOS REFERIMOS, EN OCASIONES CONTIENEN UNA SÍNTESIS DE LAS DESCRIPCIONES DE PUESTOS Y LAS REGLAS DE COORDINACIÓN INTERDEPARTAMENTAL.

DIAGRAMAS DE PROCESO

LOS SISTEMAS DE SIMPLIFICACIÓN DEL TRABAJO FUERON USADOS EN LABORES DE TALLER ANTERIORMENTE, SIN EMBARGO, EN LA ACTUALIDAD SE EMPLEAN CON GRAN AMPLITUD A LOS TRABAJOS ADMINISTRATIVOS Y DE OFICINA.

LOS PASOS ESCENCIALES EN TODO PROCESO SON CINCO:

1) OPERACIÓN

COMO POR EJEMPLO ESCRIBIR DOCUMENTOS, HACER CÁLCULOS REGISTROS, SELLAR, ETC. SE REPRESENTA CON UN O

2) TRANSPORTE

COMO LLEVAR UNA CARTA A UN DEPARTAMENTO, PASAR UN REPORTE, LLEVAR AL ARCHIVO CIERTAS FORMAS ETC. SI INDICA CON ➡

3) INSPECCIONES

COMO REVISAR CUENTAS, ANALIZAR UN INFORME, REVISAR CORRESPONDENCIA ANTES DE SU FIRMA, SU SÍMBOLO ES

4) DEMORA

COMO CARTAS DEJADAS EN "CHAROLAS DE SALIDA", DOCUMENTOS EN ESPERA DE SU TRÁMITE, ETC. SE SIMBOLIZA CON UNA D

5) ALMACENAMIENTO

COMO DOCUMENTOS EN EL ARCHIVO, SIN SÍMBOLO ES ∇

ENTRE OTRAS, UNA DE LAS TÉCNICAS QUE HA SIDO IMPORTANTE ES LA DE LA INVESTIGACIÓN DE OPERACIONES, QUE SE HA DEFINIDO COMO "LA OPTIMIZACIÓN DEL DESARROLLO DE UN SISTEMA QUE PERMITE OBTENER LOS OBJETIVOS DEL PROBLEMA", ADEMÁS DE LA MÁQUINA COMPUTADORA.

OTRA Y SON DE LAS ÚLTIMAS TÉCNICAS HA SIDO LOS MODELOS O SIMULACIONES Y QUE CONSISTE EN CREAR MODELOS A ESCALA, O SIMILAR O IMITAR LAS FUNCIONALES DE UN SISTEMA, ASÍ COMO, LA DIRECCIÓN POR OBJETIVOS.

COMO OBSERVAMOS LO ANTERIOR SIRVE AL HOMBRE MODERNO PARA PLANEAR COMO LOGRAR SUS OBJETIVOS UTILIZANDO RACIONALMENTE SUS RECURSOS.

COMO CONCLUSIÓN PODEMOS DECIR QUE: ES IMPORTANTE QUE UN PEQUEÑO EMPRESARIO CONOZCA CUALES SON LAS TÉCNICAS QUE SON USADAS PARA REALIZAR LA PLANEACIÓN, PORQUE PUEDA EN UN MOMENTO DETERMINADO, HACER USO DE CUALQUIERA DE ELLAS APLICANDO LA QUE A SU CRITERIO LE SEA MÁS APLICABLE, O EN SU CASO, CONTRATAR A UNA FIRMA CONSULTORA PARA LA APLICACIÓN DE ESTA TÉCNICA Y QUE PUEDE EXISTIR UNA MAYOR SEGURIDAD EN QUE VA A UTILIZAR LA TÉCNICA MÁS ADECUADA A SU PROBLEMA ESPECÍFICO.

ES IMPORTANTE SEÑALAR QUE HAY QUE TENER CUIDADO EN UTILIZAR ESTAS TÉCNICAS PUES AÚN CUANDO NO SON COMPLICADAS EN UTILIZAR, SI REQUIERE DE CIERTA CAPACITACIÓN PARA REALIZARLAS.

PEQUEÑA EMPRESA:

UNA EMPRESA PUEDE SER DEFINIDA COMO UNA ENTIDAD QUE, OPERANDO EN FORMA ORGANIZADA, UTILIZA SUS CONOCIMIENTOS Y RECURSOS PARA ELABORAR PRODUCTOS O PRESTAR SERVICIOS QUE SE SUMINISTRAN A TERCEROS, EN LA MAYORÍA DE LOS CASOS MEDIANTE LUCRO O GANANCIA.

LA DEFINICIÓN ABARCA TODO TIPO DE EMPRESA, GRANDE, MEDIANA O PEQUEÑA, E INDEPENDIENTEMENTE DE LA MAGNITUD DE SUS RECURSOS HUMANOS O ECONÓMICOS.

¿QUÉ ES PEQUEÑA EMPRESA?

ALGUNAS PERSONAS CONSIDERAN QUE LA EMPRESA ES PEQUEÑA CUANDO OCUPA UN CIERTO NÚMERO DE GENTES SÓLO, OTRAS LA DEFINEN COMO AQUÉLLA QUE SOLAMENTE SE DESELVUELVE EN EL MERCADO LOCAL. MÁS AÚN LA PEQUEÑA EMPRESA PARA ALGUNAS OTRAS PERSONAS NO ES SINO UN ESTABLECIMIENTO PEQUEÑO: LA FARMACIA, LA PELUQUERÍA, LA TIENDA DE ROPA, LA JOYERÍA, ETC.

AHORA BIÉN, EN TÉRMINOS GENERALES SE CONSIDERAN PEQUEÑAS EMPRESAS SI CUMPLE CON DOS O MÁS DE LOS SIGUIENTES REQUISITOS:

- GERENCIA INDEPENDIENTE (LOS GERENTES SUELEN SER TAMBIÉN LOS DUEÑOS)
- CAPITAL Y PROPIEDAD - EL CAPITAL DEBE HABER SIDO APORTADO POR UNA PERSONA O UN PEQUEÑO GRUPO DE PERSONAS; ASÍ COMO

LA PEQUEÑA EMPRESA DEBE SER PROPIEDAD DE UNA O UN PEQUEÑO GRUPO DE ELLOS.

- MERCADO LOCAL. EL RADIO DE ACCIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA DEBE SER AUNQUE NO NECESARIAMENTE, PREDOMINANTEMENTE LOCAL.
- TAMAÑO RELATIVO LA EMPRESA ES PEQUEÑA CUANDO ASÍ LO ESTABLECE LA COMPARACIÓN CON OTROS UNIDADES DEL MISMO RAMO.

LAS CONCEPCIONES ANTERIORES COINCIDEN EN SEÑALAR QUE LA LIBRE POSESIÓN Y MANEJO AUTÓNOMO SON CARACTERÍSTICAS ESPECIALES DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS, ADEMÁS DE QUE SE APEGAN A LOS PROPÓSITOS DE NUESTRO ESTUDIO.

ES CONVENIENTE HACER NOTAR QUE ÉSTOS SON LOS REQUISITOS CUALITATIVOS QUE DEBE CUMPLIR UNA EMPRESA PARA PODER SER CONTADA ENTRE LAS PEQUEÑAS.

EXISTEN TAMBIÉN CRITERIOS DE TIPO CUANTITATIVO Y ESTOS SON A SABER:

MENUDEO - LA EMPRESA MINORISTA ES PEQUEÑA SI SUS TRANSACCIONES NO EXCEDEN ANUALMENTE LA CANTIDAD DE UN MILLÓN DE PESOS.

- SERVICIOS AL PÚBLICO** UNA EMPRESA DE SERVICIOS AL PÚBLICO PUEDE CONSIDERARSE PEQUEÑA SI SUS OPERACIONES ANUALES EXCEDEN DE UN MILLÓN DE PESOS.
- CONSTRUCCIÓN** EL PROMEDIO DE LAS TRANSACCIONES ANUALES DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE LA CONSTRUCCIÓN NO DEBE SUPERAR LOS CINCO MILLONES DE PESOS
- TRANSPORTACIÓN Y ALMACENAJE** LAS EMPRESAS QUE TRANSPORTAN PASAJEROS Y CARGA O QUE SE DEDICUEN AL ALMACENAJE SE CONSIDERAN COMO PEQUEÑAS SI SUS TRANSACCIONES ANUALES NO REBAZAN LA CANTIDAD DE UN MILLÓN DE PESOS.
- MAYOREO** UNA EMPRESA MAYORISTA PEQUEÑO NO DEBE SUPERAR ANUALMENTE A CINCO MILLONES DE PESOS ANUALES POR CONCEPTO DE OPERACIONES O DEJARÁ DE SER CONSIDERADA COMO TAL.
- MANUFACTURA** CUALQUIER EMPRESA MANUFACTURERA ES PEQUEÑA SI EL NÚMERO DE PERSONAS NO EXCEDE LAS 250. LA EMPRESA ES GRANDE SI SUS EMPLEADOS SON MÁS DE 1 500; Y ES MEDIANA SI EMPLEA ENTRE 250 Y 1 500 EMPLEADOS.

COMO VEMOS, NO ES FÁCIL EL ESTABLECER UNA DEFINICIÓN CLARA Y PRECISA DE LO QUE ES UNA FIRMA PEQUEÑA. TODO DEPENDE DE CUÁLES SON LOS ASPECTOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS QUE TENGAMOS EN CUENTA PARA HACER DICHA SOLUCIÓN.

COMO FUNDAMENTO A LA POSICIÓN FINANCIERA QUE EN UN MOMENTO DADO PUDIERA ASUMIR EL PEQUEÑO EMPRESARIO, Y DADA LA INVESTIGACIÓN HECHA POR LA CONCANACO SE OBSERVA QUE EL 25.75% DE LOS COMERCIANTES REALIZAN SUS COMPRAS DE CONTADO, ASIMISMO OTRO 25.75% REALIZA SUS COMPRAS A CRÉDITO Y POR ÚLTIMO EL 48.5% COMPRA LA MERCANCÍA QUE VA A VENDER COMBINANDO LOS DOS CONCEPTOS ANTERIORMENTE MENCIONADOS, CON RELACIÓN A LO ANTERIOR SE DA EL CASO DE QUE LOS COMERCIANTES QUE VENDEN - ALIMENTOS O ARTÍCULOS PERECEDEROS, EN SU MAYORÍA TIENEN QUE COMPRAR SU MERCANCÍA DE CONTADO.

EN TANTO QUE LOS NEGOCIOS CON VENTAS DE ARTÍCULOS DE USO PERSONAL, TIENEN MÁS ACCESO AL CRÉDITO DEBIDO PRINCIPALMENTE A LA COMPETENCIA ENTRE PRODUCTORES.

DENTRO DE LA INVESTIGACIÓN REALIZADA POR LA CONCANACO, SE PRESENTAN LOS PROBLEMAS MÁS GRAVES QUE INCIDEN GRANDEMENTE EN EL FUNCIONAMIENTO DE LAS EMPRESAS, ESTOS PROBLEMAS SON;

AUMENTO DE LOS COSTOS DE LAS MERCANCÍAS, MENORES GANANCIAS, TASAS DE INTERÉS BANCARIAS MUY ALTAS, BAJA DEMANDA DE SUS PRODUCTOS, ESCASEZ DE MERCANCÍAS Y CONTROL DE PRECIOS. BÁSICAMENTE DENTRO DE ÉSTOS SOBRESALE EL DE EL INCREMENTO DE LOS COSTOS DE LAS MERCANCÍAS (INFLACIÓN), POR LA SITUACIÓN QUE VIVE ACTUALMENTE EL PAÍS SURGIENDO EN CONTRAPARTIDA LA DISMINUCIÓN DE LAS GANANCIAS, Y TENIENDO COMO CONSECUENCIA UNA MENOR DEMANDA DE PRODUCTOS Y ESCASEZ DE MERCANCÍAS O DESABASTO.

ASIMISMO TAMBIÉN SE NOTA QUE EN EL GIRO DE ARTÍCULOS PERECEDEROS, EL CONTROL DE PRECIOS ES EL QUE MÁS LOS AFECTA -- (65%) EN RELACIÓN CON LOS DEMÁS GIROS QUE SE DETERMINARON.

CAPITULO IV

HABILIDADES ADMINISTRATIVAS

IV. HABILIDADES ADMINISTRATIVAS

A) EL GERENTE DE UNA PEQUEÑA EMPRESA

EL GERENTE DE UNA PEQUEÑA EMPRESA, COMO SABEMOS EN SU MAYORÍA SON LOS EMPRESARIOS QUE MANEJAN LA MISMA, POR ESO PARA EFECTOS DE ENMARCARLO DENTRO DEL CONTEXTO DE LA EMPRESA LO LLAMAREMOS EMPRESARIO.

ÉSTE ES LA PIEDRA ANGULAR DE LA EMPRESA, ES EL DE LAS NUEVAS IDEAS, DENTRO DE ELLA, EL QUE ADVIERTE LA OPORTUNIDAD DE ABRIR UN NUEVO NEGOCIO, EL QUE REUNE LOS FONDOS PARA LA EMPRESA, EL QUE SE HACE CARGO DE SUS OPERACIONES PARA OFRECER BIENES Y SERVICIOS.

EL PROPIETARIO DE UNA PEQUEÑA EMPRESA ES EL QUE ORGANIZA HASTA EL ÚLTIMO DETALLE DEL FUNCIONAMIENTO DE ÉSTA, ASIMISMO, ES EL QUE ASUME LOS RIESGOS DE UNA QUIEBRA. EN CUANTO A LA GANANCIA SE DETERMINA QUE PARA EL PROPIETARIO ES REDUCIDA E INCLUSIVE MUCHAS VECES INEXISTENTE.

POR LO ANTERIOR PUEDE DECIRSE QUE LAS SATISFACCIONES PSICOLÓGICAS Y MONETARIAS ES LO QUE OBTIENE EL PEQUEÑO PROPIETARIO.

CARACTERÍSTICAS PERSONALES

BÁSICAMENTE SE ENCUENTRAN CINCO CARACTERÍSTICAS ESCENCIALES, LOS CUALES SON A SABER.

- LA DISPOSICIÓN POSITIVA
- LA AGILIDAD MENTAL
- HABILIDAD PARA LAS RELACIONES HUMANAS
- EFICIENCIA EN LA COMUNICACIÓN
- CONOCIMIENTOS EN LA COMUNICACIÓN

DISPOSICIÓN POSITIVA, ES LA MOTIVACIÓN A CIERTA TAREA Y EN ELLOS SE HAYAN COMPRENDIDOS LA RESPONSABILIDAD EL VIGOR, LA INICIATIVA, LA PERSEVERANCIA Y LA AMBICIÓN.

POR LO QUE CORRESPONDE, A LA AGILIDAD MENTAL, ESTA CONSISTE EN UNA INTELIGENCIA COMPRENSIVA, BUEN COEFICIENTE INTELLECTUAL Y CAPACIDAD ANALÍTICA.

EN LA HABILIDAD PARA LAS RELACIONES HUMANAS INTERVIENE LA ESTABILIDAD EMOCIONAL, LA CAPACIDAD DE RELACIÓN, LA SOCIA BILIDAD, LA CONSIDERACIÓN Y EL TACTO.

LA EFICIENCIA EN LA RELACIÓN SE REFIERE AL TRATO EFECTIVO ENTRE DOS O MÁS PERSONAS DE MANERA ORAL O ESCRITA, ES DECIR, AL ESTABLECERSE UNA COMUNICACIÓN PROPIAMENTE DICHA, LOS SUJETOS EMISORES Y RECEPTORES COMPRENDEN Y SE HACEN - COMPRENDER.

POR ÚLTIMO, LOS CONOCIMIENTOS TÉCNICOS SE OBTIENEN POR REGLA GENERAL CON SOLO DEDICARSE A APRENDERLOS.

B) RELACIONES DEL GERENTE CON LOS EMPLEADOS

EL MUNDO DE LA ORGANIZACIÓN SE REFIERE A TODO EL CONTEXTO DE LAS FUERZAS SOCIALES, COMO INSTALACIONES FÍSICAS Y FACTORES ECONÓMICOS QUE TIENEN QUE VER CON EL TRABAJO AL INTERIOR DE LA ORGANIZACIÓN, ESTOS FACTORES INFLUYEN EN FORMA DIRECTA E INDIRECTA SOBRE EL COMPORTAMIENTO GENERAL DE LOS INDIVIDUOS EN UNA ORGANIZACIÓN.

LA MAYORÍA DE LAS EMPRESAS CONTRATAN A UNO O VARIOS EMPLEADOS PARA QUE TRABAJEN COMO UN EQUIPO. EL TRABAJO DE EQUIPO DE LOS EMPLEADOS, AUMENTA LAS OPORTUNIDADES DE UNA SUPERVIVENCIA Y DEL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA. PARA PONER EN PRÁCTICA LAS RELACIONES CON LOS EMPLEADOS, EL GERENTE DEBERÁ REALIZAR UN ESFUERZO PARA PODER ENTENDER A ÉSTOS, MEDIANTE EL ESTUDIO O CONOCIMIENTO DE LAS RELACIONES HUMANAS.

YA QUE LAS PERSONAS PASAN LA MAYOR PARTE DEL TIEMPO EN SU TRABAJO, EL GERENTE DEBE ESTAR CONCIENTE DEL AFECTO - QUE PROVOCA EN LOS INDIVIDUOS, HAY QUE TENER EN CUENTA - QUE CADA EMPLEADO ES ÚNICO, CON SUS PROPIAS CREENCIAS, -

SENTIMIENTOS E IDEAS. ESTE COMPORTAMIENTO SE DETERMINA POR CIERTOS FACTORES COMO SON: SU MEDIO AMBIENTE FÍSICO Y SOCIAL, SU ESTRUCTURA PSICOLÓGICA, SUS DESEOS Y METAS Y SUS EXPERIENCIAS PASADAS.

ES IMPORTANTE LA DISCIPLINA EN LA PEQUEÑA EMPRESA, POR LO QUE EL GERENTE DE ÉSTA, DEBE INFORMARLES A LOS EMPLEADOS LAS REGLAS NECESARIAS PARA QUE LA EMPRESA FUNCIONE ADECUADAMENTE.

LA DISCIPLINA DEBE APLICARSE EN PRIVADO LEJOS DEL RUIDO DEL TRABAJO, EL GERENTE DE ÉSTA CUANDO LE LLAME LA ATENCIÓN A ALGUIEN DEBERÁ CONCENTRARSE EN EL ERROR MÁS QUE SOBRE EL MISMO EMPLEADO.

MEJORAMIENTO DE LAS RELACIONES CON EL EMPLEADO, NOMBRAREMOS ALGUNAS SUGERENCIAS PARA MEJORAR LAS RELACIONES CON LOS EMPLEADOS:

- TRATE A SUS EMPLEADOS COMO INDIVIDUOS, NUNCA LO HAGA EN FORMA IMPERSONAL
- RESPETE LA DIFERENCIA DE OPINIONES
- MIENTRAS SEA POSIBLE, EXPLIQUE LAS MEDIDAS ADMINISTRATIVAS
- ESTIMULE EN TODOS LOS ASPECTOS

- MANTENGA ACTUALIZADO A SU PERSONAL EN ASUNTOS QUE TIENEN QUE VER CON ELLO, ETC.

c) CARACTERÍSTICAS BÁSICAS PARA DIRIGIR DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA GERENCIA.

EXISTEN DIFICULTADES MUY SERIAS QUE HAY QUE AFRONTAR - CUANDO SE PRETENDE SER DIRIGENTE.

- 1.- EN LA PRIMERA, EN LA PEQUEÑA EMPRESA ES FRECUENTE QUE NOS ENCONTREMOS CON SERIAS DIFICULTADES PARA DIRIGIR, POR EJEMPLO UNA DE ELLAS ESTRIBA EN EL HECHO DE QUE HAY UN DESCONOCIMIENTO PROFUNDO DEL MODO DE DIRIGIR, ES DECIR, EN LA MAYORÍA DE LOS CASOS EL PEQUEÑO EMPRESARIO DESCONOCE LAS FORMAS ESENCIALES DE DIRIGIR, YA QUE NUNCA HA TENIDO A SU DISPOSICIÓN GENTE A LA CUAL TIENE QUE DIRIGIR. UNA DE LAS CARACTERÍSTICAS QUE EL PEQUEÑO EMPRESARIO DEBE ESTABLECER DE ACUERDO A LO QUE SE QUIERE LOGRAR SON OBJETIVOS DEFINIDOS DE ACUERDO A SU -- MAGNITUD, EN CONCORDANCIA CON EL TAMAÑO DE LA EMPRESA QUE DIRIJA, LA EMPRESA DEBE SABER CUALES SON SUS FINALIDADES BÁSICAS, QUE ESTÉN CLARAMENTE Y QUE, ADEMÁS SEAN CONFESABLES.

EN TODA ORGANIZACIÓN EL PROCESO QUE DESEA REALIZAR, SEA CUAL FUERE SU GIRO, DEBE DETERMINAR ANTES QUE NADA LA DEFINICIÓN DE SUS OBJETIVOS.

POR OTRA PARTE, EL RESPONSABLE DEBE COMUNICAR A LOS POCOS O MUCHOS EMPLEADOS QUE EXISTAN, DE LO QUE LA EMPRESA PRETENDE, Y QUE ADEMÁS DE LO QUE LA EMPRESA PRETENDE DE LOS MISMOS EMPLEADOS, TAMBIÉN, LA EMPRESA PRESENTA SUS PROPIOS OBJETIVOS SIN ESCONDERLOS A LOS EMPLEADOS, NI MUCHO MENOS A LOS OBREROS.

ES IMPORTANTE MENCIONAR QUE LA EMPRESA DEBE DE ARRANCAR DE SUS PROPIOS OBJETIVOS PARA PODER REALIZAR TODO SU PROCESO DE TRABAJO, Y QUE SIRVAN DE BASE PARA ALCANZARLOS.

TAMBIÉN ES IMPORTANTE MENCIONAR QUE EXISTEN CUATRO - CONDICIONES (O CARACTERÍSTICAS) GENÉRICAS EN QUE RECAE CUALQUIER EMPRESA.

- PROPORCIONAR UN PRODUCTO O SERVICIO A LA COMUNIDAD
- GENERAR UN VALOR ECONÓMICO AGREGADO SUFICIENTE Y DISTRIBUIRLO ENTRE LOS DEMÁS.
- CONOCER Y DESARROLLAR LA CAPACIDAD DEL ELEMENTO HUMANO QUE INTEGRAN LA EMPRESA.

- PROPORCIONAR POR SÍ MISMA LA FUERZA QUE SE REQUIERE PARA SU PROPIA CONTINUIDAD DE LA MISMA EMPRESA.

POR LO ANTERIOR ES IMPORTANTE QUE LA EMPRESA ESTABLEZCA SUS OBJETIVOS REUNIENDO LOS REQUISITOS QUE DEBE TENER, LO QUE VA A CONSTITUIR UNA PLATAFORMA A FIN DE QUE DE ELLOS PARTA UNA DIRECCIÓN ADECUADA.

2.- PARALELAMENTE A LAS CARACTERÍSTICAS QUE SE PRESENTARÁN EN EL PRIMER PUNTO, DEBEN EXISTIR OTRAS, Y ÉSTAS DEBEN SER MÁS ESPECÍFICAS, ES DECIR, DEBEN ESTAR ENFOCADAS AL INDIVIDUO, PUES DE POCO SERVIRÁ QUE LA EMPRESA BUSCARÁ SUS PROPIAS FINALIDADES, SIN BUSCAR LAS FINALIDADES DEL INDIVIDUO.

LO QUE SI SE PUEDE Y DEBE PEDIRSE AL INDIVIDUO ES QUE LOGRE SUS METAS PERSONALES AL ALCANZAR LAS DE LA ORGANIZACIÓN, DIRIGIR UNA EMPRESA POR PEQUEÑA QUE ÉSTA SEA ES REALIZAR UN PROCESO EN EL CUAL LOS INTERESES DE LOS INDIVIDUOS QUE FORMAN ÉSTA Y LOS FINES U OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN SE COMPLEMENTEN MUTUAMENTE, DE TAL FORMA QUE SE LOGREN LOS OBJETIVOS DE UNA MANERA JUSTA Y SOLIDARIA.

3.- UNO DE LOS SANOS VALORES CON QUE CUENTA LA PEQUEÑA EMPRESA ES LA VALÍA DE CADA UNO DE LOS INTEGRANTES, LA CONFIANZA ES EL FACTOR QUE PRODUCE EN LA ORGANIZACIÓN ESTE AFECTO, ES DECIR, LO QUE SE ENCUENTRA EN EL ÁREA DE LA FRASE, COHESIONAR LIBREMENTE, ES IMPORTANTE QUE LA EMPRESA TENGA CONFIANZA EN SUS HOMBRES, YA QUE SI CARECE DE ELLA NUNCA PODRÁ DIRIGIRLOS Y LOS SISTEMAS DE CONTROL NUNCA SERÁN DIGNOS DE CONFIAR.

UNO DE LOS ÉXITOS DE LAS GRANDES ORGANIZACIONES QUE EN UN MOMENTO DETERMINADO FUERON PEQUEÑAS EMPRESAS, FUE LA PREMISA DE QUE LA CAPACIDAD DE DIRIGIR NO ES MONOPOLIO DE UNOS CUANTOS, SINO QUE LA CAPACIDAD DE DIRIGIR ES COMUNICABLE, LO QUE SE PERSIGUE ES QUE EL TRABAJO RESULTE GRATO, PARA LA REALIZACIÓN MISMA DEL TRABAJO COMO PASO PREVIO A SUS PROPIOS OBJETIVOS.

D) CONDICIONES PARA QUE EL INDIVIDUO DESARROLLE SU TRABAJO:

1.- LA SATISFACCIÓN QUE OFRECE SU TRABAJO: SI EL ESFUERZO PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA NO DA AL HOMBRE SATISFACCIÓN ALGUNA, SI SÓLO QUIERE LOGRAR - SUS PROPIOS OBJETIVOS, BIEN HARÁ LA EMPRESA EN - -

VIGILAR EL CUMPLIMIENTO DE LA TAREA QUE ESTÉ REALIZANDO, ASÍ COMO EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS QUE DEBE ALCANZAR POR MEDIO O A TRAVÉS DE LOS SISTEMAS DE CONTROL QUE SE IMPLANTEN Y QUE SERÍAN, PUES, MEDIOS QUE NOS ASEGURASEN LA CONTINUIDAD DEL TRABAJO, ASÍ COMO EL ESFUERZO DEL INDIVIDUO PARA LOGRARLO, LO ANTERIOR NO SIGNIFICA OTRA COSA MÁS QUE LA CONSECUENCIA DE LOS OBJETIVOS, ASÍ PORQUE SÍ, SINO QUE LA SATISFACCIÓN DEL HOMBRE EN EL TRABAJO QUE REALIZA ES ALGO QUE DEPENDE MÁS DE EL MISMO, QUE DE LOS FACTORES EXTERNOS, INCLUYENDO LOS - DE LA PROPIA EMPRESA.

LA SATISFACCIÓN EN EL TRABAJO ES TANTO COMO CONSECUENCIA DEL DESARROLLO DE LA TAREA COMO CAUSA DE ÉL, EL VIVIR PARA TRABAJAR SUELE CONSIDERARSE COMO UNA PERVERSIÓN, CUANDO TODOS SABEMOS QUE LA VIDA SIN TRABAJAR ES DESPRECIABLE.

- 2.- LA EMPRESA NO ACTÚA POR SÍ MISMA, LAS ACTIVIDADES SON EFECTO DE PERSONAS INDIVIDUALES, YA QUE LAS MORALES ESTÁN INCAPACITADAS PARA ACTUAR POR SÍ MISMAS Y QUE LO HACEN A TRAVÉS DE AQUELLO, ASÍ QUE HAY QUE ATRIBUIR EL PESO DEL RESULTADO DE SUS ACTIVIDADES Y EN DONDE MÁS MARCADAS SE ENCUENTRAN ES EN LA PEQUEÑA EMPRESA.

LOS FRUTOS ECONÓMICOS SON UNA CONSECUENCIA LÓGICA DEL TRABAJO DE LOS INDIVIDUOS YA QUE LO PRIMERO QUE QUIERE LOGRAR SON LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA, CUANDO SE HABLA DE LOS ÉXITOS DE LA EMPRESA, SE REFIERE A LOS ÉXITOS DE LOS INDIVIDUOS, ASÍ QUE, PARA GENERAR UNA UTILIDAD SE REQUIERE EJERCER EL "TE DOY PARA QUE ME DES", Y PARA REPARTIRLA SE GENERA UNA ACCIÓN DE DISTRIBUCIÓN.

- 3.- POR ÚLTIMO, PARA QUE OPERE EL PUNTO ANTERIOR SE DEBE ESTAR CONCIENTE DE QUE LAS ACCIONES Y SUS RESULTADOS, LO SON SIEMPRE DEL INDIVIDUO ORGANIZADO Y NO DE LA ORGANIZACIÓN COMO TAL, Y QUE LA RAZÓN DE QUE LA EMPRESA EXISTA, RADICA EN QUE SE LOGRA MÁS EN CONJUNTO QUE SEPARADAMENTE Y ES EL CONJUNTO DE LOS INDIVIDUOS QUIEN LO LOGRA, NO CADA UNO DE ELLOS EN UNA FORMA AISLADA, POR ESO EL ÉXITO TIENE SEÑALES EXTERIORES Y SOCIALES QUE LA CLASIFICAN COMO ÉXITO, CARACTERIZADO POR EL LOGRO DE UNA POSICIÓN DESTACADA Y DEBE SER RECONOCIDO ASÍ POR LOS DEMÁS.

CAPITULO V

PLANEACION ADMINISTRATIVA EN LA PEQUENA EMPRESA

CAPITULO V

PLANEACION ADMINISTRATIVA EN LA PEQUEÑA EMPRESA

A) OBJETIVOS

EN PRIMERA INSTANCIA DIREMOS QUE LOS OBJETIVOS SON LOS FINES HACIA LOS CUALES SE DIRIGEN LAS ACTIVIDADES DE LA EMPRESA, ADEMÁS DE QUE SON LA BASE DE UNA ORGANIZACIÓN, YA QUE EXPRESAN DIRECTAMENTE LOS FINES HACIA LOS CUALES DEBE DIRIGIRSE LA ACCIÓN DEL GRUPO, SON LAS METAS QUE EL PEQUEÑO EMPRESARIO SE PROPONE ALCANZAR Y A LOS QUE DEBERÁN DE LLEGAR SUS DIRIGIDOS, ESTOS OBJETIVOS SON LO FUNDAMENTAL EN LA EMPRESA Y MÁXIME SI ESTA ES UNA EMPRESA PEQUEÑA YA QUE EN LOS OBJETIVOS ESTÁ EL DESTINO DEL GRUPO.

ES CONVENIENTE ESTABLECER Y DAR A CONOCER LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA EMPRESA, LOS CUALES A SU VEZ PRESIONAN A TODOS LOS NIVELES A TRATAR, NO SÓLO DE LOGRARLOS, SINO ADEMÁS SENTIR QUE SON PARTE DE ELLOS MISMOS.

EN BASE A LOS OBJETIVOS GENERALES DEBERÁN ESTABLECERSE LOS OBJETIVOS DE LOS DEPARTAMENTOS, DE LAS OFICINAS, DE LAS -- UNIDADES Y AÚN SIENDO MÁS ESPECÍFICOS, LOS INDIVIDUALES.

EXISTE LA POSIBILIDAD DE QUE EXISTAN OBJETIVOS PRINCIPA-- LES Y OBJETIVOS SECUNDARIOS, LOS PRINCIPALES SERÁN EN CA-- DA CASO ESPECÍFICO, SU META Y LA JUSTIFICACIÓN DE SU EXIS-- TENCIA, SU DURACIÓN EN SÍ MÁS O MENOS PERDURABLE, LOS OB-- JETIVOS SECUNDARIOS AYUDAN A LOGRAR EL OBJETIVO PRINCIPAL.

EN EL CASO ESPECÍFICO DE UNA EMPRESA PEQUEÑA LOS OBJE-- TIVOS QUE ÉSTA TRATA DE ALCANZAR SON INSEPARABLES DE LOS OB-- JETIVOS DEL DUEÑO DE LA EMPRESA, ÉSTE TRATA DE UTILIZAR -- A LA FIRMA SÓLO COMO INSTRUMENTO A TRAVÉS DEL CUAL VA A -- SATISFACER SUS NECESIDADES PRINCIPALES.

ES EVIDENTE QUE UN DUEÑO DE EMPRESA QUE TOME DECISIONES, AFECTARÁ TANTO SUS RELACIONES CON LOS EMPLEADOS, COMO LA POSIBILIDAD DE ALCANZAR LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

ENTRE LOS MÚLTIPLES OBJETIVOS QUE LA PEQUEÑA EMPRESA PU-- DIERA ESCOGER ESTÁN LOS DE SERVICIO SOCIAL, UTILIDAD NETA,

INCREMENTO EN EL TAMAÑO DE LA EMPRESA, ETC., ALGUNOS DE LOS PEQUEÑOS EMPRESARIOS SON MÁS CONSERVADORES, YA QUE EL OBJETIVO QUE ELLOS DESEAN ES EL DE ESTATUS. POR EL CONTRARIO UN EMPRESARIO QUE ES PERSISTENTE Y ARRIESGADO NO ACEPTA EL ESTATUS, SINO QUE LUCHARÁ POR EXPANDIR LA EMPRESA DENTRO DE SUS RECURSOS.

LOS PRIMERO QUE DEBE REALIZAR UN PEQUEÑO EMPRESARIO ES PREPARAR UN PLAN OPERACIONAL A LARGO PLAZO TENIENDO EN CUENTA CUALES SON LOS OBJETIVOS A OBTENER, DEBE TENER EN CUENTA QUE LOS OBJETIVOS VAYAN ACORDE CON LOS RECURSOS CON LOS QUE CUENTA.

CUALQUIER TIPO DE PLANEACIÓN FORMAL NO PUEDE MENOS QUE REDUNDAR EN FORMA BENEFICIOSA EN CUALQUIER ORGANIZACIÓN QUE LA PRACTIQUE, INDEPENDIEMENTE DEL TAMAÑO DE ÉSTA. CABE INDICAR QUE LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA SON FUNDAMENTALES PERO DIFÍCILES DE EXPONER CON SENCILLEZ Y CORRECCIÓN. CUANDO SE MUESTRAN PUEDE "SONAR" BIEN, PERO DE MANERA DEMASIADO VAGA PARA RESULTAR ÚTIL.

PETER DRUCKER, OBSERVA QUE UN CAPÍTULO ESCENCIAL EN LA GESTIÓN CONSISTE EN EL ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS ÚTILES EN CADA ÁREA OPERATIVA, Y EN TODOS LOS NIVELES, DE MANERA QUE CADA MIEMBRO DE LA ORGANIZACIÓN PUEDA VER CLARAMENTE LOS OBJETIVOS DE LA MISMA.

B) POLITICAS

"LA POLÍTICA ES UNA ORIENTACIÓN VERBAL, ESCRITA O IMPLÍCITA QUE FIJA LA FRONTERA PROPORCIONADA POR LOS LÍMITES Y DIRECCIÓN GENERAL EN LA CUAL SE DESENVUELVE LA ACCIÓN DIRECTIVA^{1/} LO ANTERIOR ES AFIRMADO POR GEORGE TERRY Y QUE ADEMÁS NOS DICE QUE LAS POLÍTICAS SON GUÍAS AMPLIAS, EXCLUSIVAS, ELÁSTICAS Y DINÁMICAS Y QUE FORZOSAMENTE REQUIEREN DE ALGUNA INTERPRETACIÓN PARA USARSE.

TAMBIÉN NOS DICE QUE ES MUY COMÚN QUE SE CONFUNDAN CON LAS REGLAS, AUNQUE TAMBIÉN UNA POLÍTICA BIEN PLANEADA AYUDA AL TRABAJO ADMINISTRATIVO. DEBEN ESTABLECERSE UN BUEN NÚMERO DE POLÍTICAS PARA QUE CUBRAN TODAS LAS ÁREAS QUE SE CONSIDEREN IMPORTANTES, ADEMÁS NOS RECOMIENDA QUE LOS EMPLEADOS PARTICIPEN EN ELLAS.

EN LAS PLÁTICAS SE ENCUENTRAN LOS MEDIOS INMEDIATOS DE QUE DISPONEN LOS DIRIGENTES PARA ORIENTAR LA CONDUCTA DE LOS EMPLEADOS HACIA LOS FINES QUE LOS OBJETIVOS EXPRESAN. INDI- CAN EL MODO DE ACTUAR, INSTRUYENDO A LOS EMPLEADOS SOBRE - EL "COMO" SE HA DE LLEVAR A CABO SU ACCIÓN Y SUS ACTIVIDADES.

^{1/} George Terry "Principios de Administración". pag. 254

POR OTRA PARTE LAS POLÍTICAS PUEDEN DEFINIRSE COMO LOS CRITERIOS GENERALES QUE TIENEN POR OBJETO ORIENTAR LA ACCIÓN, DEJANDO CAMPO A LOS JEFES O DUEÑOS DE LA FIRMA, LA TOMA DE DECISIONES; SON ADECUADAS PARA LA DELEGACIÓN, LA CUAL ES BÁSICA PARA LA ADMINISTRACIÓN.

SUELE EXISTIR PROBLEMAS EN LA FORMULACIÓN DE LAS POLÍTICAS Y ESTOS PROBLEMAS SON:

- PARA FORMULAR UNA POLÍTICA BASTA CON USAR LA EXPRESIÓN "ES POLÍTICA DE ESTA EMPRESA"
- LO SEGUNDO SUELE SER AÑADIENDO A LA REGLA EL TÉRMINO "EN LO POSIBLE..."
- HAY REGLAS QUE FIJAN MÁRGENES O LÍMITES.

SE DEBE CUIDAR SU REVISIÓN, ADEMÁS DE QUE SE CORRE EL RIESGO DE CREER DE QUE HAY POLÍTICAS DONDE NO EXISTAN, LO QUE HAY QUE TOMAR EN CUENTA PARA DEFINIRLAS DONDE NO EXISTAN.

c) PROCEDIMIENTOS

UN PROCEDIMIENTO ES UNA SERIE DE TAREAS CONCATENADAS QUE FORMAN EL ORDEN CRONOLÓGICO Y LA FORMA ESTABLECIDA DE EJECUTAR EL TRABAJO QUE DEBA HACERSE, INCLUYEN EL COMO DEBEN

EJECUTARSE LAS LABORES, CUANDO Y QUIEN DEBE REALIZARLAS, ES CONVENIENTE FIJAR LÍMITES DE TIEMPO, A CADA PASO DEL PROCEDIMIENTO, FACILITANDO SU CONTROL Y SIENDO APLICABLES A TRABAJOS QUE SE REPITEN, ADEMÁS SON PLANES QUE SEÑALAN LA SECUENCIA LÓGICA Y CRONOLÓGICA MÁS EFICIENTE PARA OBTENER MEJORES RESULTADOS. LOS PROCEDIMIENTOS SE DAN EN TODOS LOS NIVELES DE LAS EMPRESAS, PERO SON MÁS NUMEROSAS EN LOS NIVELES DE OPERACIÓN. ES CARACTERÍSTICA DE ÉSTOS QUE EN OCASIONES PASAN POR VARIOS DEPARTAMENTOS, ESTABLECEN UN MÉTODO HABITUAL DE MANEJAR ACTIVIDADES FUTURAS, DETALLANDO LA FORMA EXACTA EN LA QUE CIERTA ACTIVIDAD DEBE CUMPLIRSE, TENIENDO UNA JERARQUÍA DE IMPORTANCIA, PUES COMO LO DIJIMOS ANTERIORMENTE PUEDEN EXISTIR PARA UN DEPARTAMENTO, UNA RAMA, UNA SECUENCIA O UNA UNIDAD.

ES IMPORTANTE QUE LOS PROCEDIMIENTOS SE BASEN EN HECHOS, - LOS PASOS DEBEN SER SUCESIVOS, COMPLEMENTARIOS Y QUE EN CONJUNTO TENDERÁN A ALCANZAR LA META DESEADA, ADEMÁS SON EL "COMO HACER" EN EL PROCESO DE PLANEACIÓN.

CUANDO LOS PROCEDIMIENTOS SE ESCRIBEN PARA CUBRIR TRABAJOS O ACTIVIDADES QUE SON ALTAMENTE REPETITIVOS, SE CONOCEN COMO PROCEDIMIENTO DE OPERACIÓN ESTÁNDAR.

LOS PROCEDIMIENTOS PUEDEN DELINEARSE EN CADA UNA DE LAS -
ÁREAS CUBIERTAS POR LAS POLÍTICAS, GENERALMENTE REFERIDOS
A LOS DIVERSOS PASOS QUE DEBEN DARSE AL TRAMITAR DETERMI-
NADOS DESCUENTES, COMO EN EL CASO DE LABORES DE CONTABILI-
DAD, ETC.

EN LA MAYORÍA DE LOS CASOS EN LOS TRABAJOS QUE SE REPITEN,
PROPORCIONAN BUENOS RESULTADOS Y EVITA A LOS EJECUTIVOS
LOS PROBLEMAS ES DECIR UNA Y OTRA VEZ CÓMO HA DE EJECUTAR-
SE O TRAMITARSE UNA LABOR.

GEORGE TERRY DEFINE LOS PROCEDIMIENTOS COMO "UNA SERIE DE
LABORES CONCATENADAS QUE CONSTITUYEN LA SUCESIÓN CRONOLÓ-
GICA Y LA MANERA DE EJECUTAR EL TRABAJO". UN PROCEDIMIEN
TO REPRESENTA LA MEJOR FORMA DE HACER LAS COSAS, DESDE EL
PUNTO DE VISTA DEL TIEMPO, EL ESFUERZO Y LOS GASTOS.

D) PROGRAMAS

EL PROGRAMA ES UN PLAN QUE FRECUENTEMENTE ABARCA A TODA -
LA EMPRESA, YA QUE PUEDE DEFINIRSE COMO UN ÁMPLIO PLAN -
QUE INCLUYE EL USO FRECUENTE DEL FUTURO, DE DIFERENTES RE-
CURSOS ESTABLECIENDO UNA SECUENCIA DE ACCIONES REQUERIDAS

Y PROGRAMAS CRONOLÓGICOS PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS FIJADOS. LA FORMULACIÓN DE UN PROGRAMA PUEDE INCLUIR OBJETIVOS, ESTÁNDARES, POLÍTICAS, MÉTODOS Y PROCEDIMIENTOS, PERO NO NECESARIAMENTE TIENE QUE INCLUIR TODAS ESTAS CATEGORÍAS DE PLANES, TRAZAN LAS ACCIONES QUE DEBEN EMPRENDERSE POR QUIÉN, CUÁNDO, CÓMO Y DÓNDE. UNA CARACTERÍSTICA ESCENCIAL DE LOS PROGRAMAS ES EL TIEMPO REQUERIDO PARA CADA UNA DE SUS PARTES, PUES COMO SE SABE EL PROGRAMA ES LA EXPRESIÓN MÁS ACABADA DE LA PLANEACIÓN, SIENDO LA FORMA EXTERNA DE ELLA, PUEDEN SER GENERALES O PARTICULARES, A LARGO PLAZO, O CORTO HASTA UN AÑO, LOS QUE EXCEDAN DE UN AÑO SON CONSIDERADOS A LARGO PLAZO.

COMO SE OBSERVA, SON UN COMPLETO DE METAS, POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS, REGLAS, ETC., PERO ES IMPORTANTE QUE SE TENGA CUIDADO PUESTO QUE UNA POLÍTICA, UN PROCEDIMIENTO, UNA REGLA, ETC., QUE PAREZCA DE POCA IMPORTANCIA, SI SE CONCEBE EN FORMA INCORRECTA, PUEDE PERDER UN VALIOSO PROGRAMA. LOS PROGRAMAS DIFIEREN DE LOS PROCEDIMIENTOS EN QUE NO ESTÁN RESTRINGIDOS POR TRABAJOS PARTICULARES O NIVELES DE

LA ORGANIZACIÓN. LOS PROGRAMAS NO SÓLO CONTIENEN ALGUNOS OBJETIVOS, ALGUNAS POLÍTICAS, ETC., SINO QUE PUEDEN INCLUSIVE INCLUIR GRUPOS DE METAS, OBJETIVOS, POLÍTICAS, PROCEDIMIENTOS Y SUBPROGRAMAS SATÉLITES QUE DIFIEREN EN ALGO DE AQUELLOS DE LA ORGANIZACIÓN PRINCIPAL.

E) PRESUPUESTOS

UN PRESUPUESTO ES LA EXPRESIÓN DE LOS RESULTADOS ESPERADOS EN TÉRMINOS NUMÉRICOS ES EL INSTRUMENTO FUNDAMENTAL DE LA PLANEACIÓN, ASIMISMO ES UN INSTRUMENTO ESCENCIAL PARA EL CONTROL, EL PRESUPUESTO HA LLEGADO A SER EL MÁXIMO AVANCE ADMINISTRATIVO AL CONTAR CON UNA HERRAMIENTA VERSÁTIL Y FLEXIBLE. EL PRESUPUESTO BÁSICAMENTE SE REFIERE A PLANEAR NUMÉRICAMENTE LOS RESULTADOS DE UNA EMPRESA EN FORMA ANTICIPADA. COMPRENDE TRES ELEMENTOS ESCENCIALES: A) SE REFIERE A HECHOS FUTUROS, B) TIENE FECHAS DE DESARROLLO O DE TERMINACIÓN, C) ESTÁ MEDIDO EN UNIDADES ECONÓMICAS. POR OTRA PARTE ES UN PLAN DE ENTRADAS Y SALIDAS, DE DINERO, DE PERSONAL, COMPRA DE ARTÍCULOS, ETC., ACERCA DEL CUAL EL DUEÑO DE LA FIRMA QUIERE QUE SE DETERMINE EL CURSO DE ACCIÓN A SEGUIR, SE APLICAN

A UN PERÍODO DETERMINADO Y LOS DATOS QUE LOS COMPONEN SE DIVIDEN EN PERÍODOS CORTOS. POR LO GENERAL EL PRESUPUESTO, MIRA HACIA ADELANTE, ES DECIR SE PUEDE USAR PARA AUTORIZAR GASTOS QUE UN JEFE DE DEPARTAMENTO PUEDE HACER, DE LA CANTIDAD PRESUPUESTADA SIN SOLICITAR AUTORIZACIÓN. SON UNA MODALIDAD ESPECIAL DE LOS PROGRAMAS, CUYA CARACTERÍSTICA ESCENCIAL ES LA DETERMINACIÓN CUANTITATIVA DE LOS ELEMENTOS PROGRAMADOS, LO ESCENCIAL EN ELLOS ES QUE PRONOSTIQUEN CON BASE EN LAS EXPERIENCIAS PASADAS LO QUE SE ESPERA LOGRAR O REALIZAR.

DENTRO DE LAS VENTAJAS DEL PRESUPUESTO SE ENCUENTRAN LAS SIGUIENTES:

- A) QUE EL PERSONAL PLANEE SUS ACTIVIDADES
- B) ESTIMULA A PENSAR EN HECHOS FUTUROS
- C) ESPECIFICACIÓN DE PLANES CONCRETOS
- D) AYUDA A MEJORAR LA COORDINACIÓN
- E) FOMENTA LA CONCIENCIA DE COSTOS
- F) PROPORCIONA ESTÁNDARES CONTRA LOS CUALES COMPARAR
- G) APRECIA DESEQUILIBRIOS EN LA EJECUCIÓN
- H) FACILIDAD EN EL CONTROL

DENTRO DE LOS DIFERENTES TIPOS DE PRESUPUESTOS QUE SE ENCUENTRAN ESTÁN LOS SIGUIENTES:

- A) LOS PRIVADOS CON FINES DE LUCRO
- B) GUBERNAMENTALES O DEL ESTADO
- C) A CORTO PLAZO
- D) A LARGO PLAZO
- E) GENERALES
- F) DEPARTAMENTALES
- G) RÍGIDOS
- H) FLEXIBLES
- I) FUNCIONALES

CAPITULO VI

RESULTADOS

PLANEACION Y EJECUCION DE LA INVESTIGACION

PLANEACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN Y DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

CUESTIONARIO PREVIO.-

POR LA IMPORTANCIA QUE TIENE EL CUESTIONARIO PARA EFECTOS DE NUESTRO TRABAJO Y DADA LA IMPORTANCIA QUE REVISTE EN LA RECOPILACIÓN DE LOS DATOS, FUE NECESARIO EFECTUAR UNA PRUEBA PILOTO QUE NOS PERMITIERA DETERMINAR EL GRADO DE VERACIDAD DEL MISMO.

ESTE PRIMER CUESTIONARIO SE APLICÓ A DIEZ PERSONAS DEL MERCADO SOBRE RUEDAS EL CUAL EN TÉRMINOS GENERALES RESULTÓ POSITIVO, SIN EMBARGO, SE DETERMINÓ MODIFICAR ALGUNAS DE LAS PREGUNTAS QUE SE ENCONTRABAN EN EL CUESTIONARIO PORQUE NOS DIMOS CUENTA QUE PARA NUESTRO TRABAJO NO ERAN APLICABLES, ES DECIR, EN BASE AL CUESTIONARIO PILOTO SE OBSERVÓ QUE ALGUNAS PREGUNTAS NO NOS SERVÍAN.

POSTERIORMENTE EL CUESTIONARIO QUE FUE CONSIDERADO COMO DEFINITIVO, SE APLICÓ A 70 PERSONAS DEL MERCADO SOBRE RUEDAS Y EL RESULTADO FUE A TODAS LUCES POSITIVO, YA QUE SE UTILIZÓ UN LENGUAJE ADECUADO Y ACCESIBLE, QUE FUERA CONCISO, PRECISO Y CLARO.

LOS TIPOS DE PREGUNTAS FUERON CERRADAS ALGUNAS Y DE OPCIÓN MÚLTIPLE LAS OTRAS.

EL UNIVERSO CON EL QUE TRABAJAMOS FUE EN GENERAL; LAS PERSONAS QUE TRABAJAN EN UN MERCADO SOBRE RUEDAS UBICADO EN LAS CALLE DE DR. VÉRTIZ Y DR. UGARTE EN LA COLONIA DE LOS DOCTORES, ESTE UNIVERSO ES DE 250 PERSONAS AL CUAL SE LE APLICÓ LA FÓRMULA DE $N = \frac{1^2 pq}{D^2}$ CON UN FACTOR EL CUAL ES :

$$N = \frac{No}{1 + \frac{No}{N}}$$

EN LA PRIMERA FÓRMULA:

No = TAMAÑO DE LA MUESTRA DESEADA

T = NIVEL DE CONFIANZA DESEADA

P = PROPORCIÓN DE EMPRESAS PEQUEÑAS QUE UTILIZAN LA PLANEACIÓN

Q = PROPORCIÓN DE EMPRESAS PEQUEÑAS QUE NO UTILIZAN LA PLANEACIÓN

D = ERROR PERMITIDO EN LA OBTENCIÓN DE RESULTADOS

LO QUE RESULTA:

$$N_0 = ?$$

$$T = 95\% \text{ (1.96 TABLAS)}$$

$$P = 50\%$$

$$Q = 50\%$$

$$D = 10\%$$

APLICANDO LA PRIMERA FÓRMULA:

$$\frac{(1.96)^2 (.50) (.50)}{(.10)^2} = \frac{2.56 (.50) (.50)}{0.01} =$$

$$\frac{2.56 (0.25)}{0.01} = \frac{0.64}{0.01} = 64$$

APLICANDO EL FACTOR:

$$N = \frac{64}{1 + \frac{64}{250}} = \frac{64}{1 + .256} = \frac{64}{1.256} = 50$$

EL RESULTADO SON 50 PERSONAS A ENTREVISTAR, SIN EMBARGO, PARA QUE NUESTRA INFORMACIÓN FUESE MÁS EXACTA Y VERÍDICA NOS AVOCAMOS A REALIZAR 70 ENTREVISTAS LO CUAL FUE MÁS CONGRUENTE Y -- EFICAZ PARA EFECTOS DEL PRESENTE TRABAJO.

RECOPIACION DE LA INFORMACION

<u>PREGUNTA</u>	<u>RESPUESTA</u>	<u>EMPRESARIOS DEL MERCADO</u>	
		<u>NO. DE PERSONAS</u>	<u>SOBRE RUEDAS % QUE REPRESENTA</u>
1. CADA CUANDO COMPRA SU MERCANCÍA	A) DIARIO	21	25.89
	B) UNA SEMANA	34	47.89
	C) UN MES	16	22.53
	D) UN AÑO	<u>0</u>	<u>0</u>
		71	100.00
2. EXISTE ALGÚN REQUISITO PARA QUE USTED COMPRE SU MERCANCÍA	A) CALIDAD	33	46.48
	B) PRECIO	33	46.48
	C) COLOR	2	2.82
	D) TAMAÑO	<u>3</u>	<u>4.22</u>
		71	100.00
3. QUE GIRO TIENE SU NEGOCIO	A) ALHAJAS	6	8.45
	B) ROPA	18	25.35
	C) AUTOPARTES	16	22.53
	D) ANTIGUEDADES	8	11.26
	E) FERRETERÍA	7	9.86
	F) AR. PA EL HOGAR	2	2.82
	G) VARIOS	8	11.27
	H) CASSETTS	2	2.82
	I) ZAPATOS	2	2.82
	J) JUGUETES	<u>2</u>	<u>2.82</u>
	71	100.00	

<u>PREGUNTA</u>	<u>RESPUESTA</u>	EMPRESARIO DEL MERCADO SOBRE RUEDAS & QUE	
		<u>NO DE PERSONAS</u>	<u>REPRESENTA</u>
4. TIENE DETERMINADO EL LUGAR DONDE COMPRA SU MERCANCÍA	A) SI	32	45.07
	B) NO	39	59.93
		<u>71</u>	<u>100.00</u>
5. TIENE PENSADO EL VOLUMEN DE LA MERCANCÍA QUE VA A COMPRAR	A) SI	30	42.25
	B) NO	41	57.75
		<u>71</u>	<u>100.00</u>
6. CON CUÁNTO DINERO CUENTA PARA REALIZAR LA COMPRA DE SU MERCANCÍA	A) 50,000	39	59.93
	B) 75,000	4	5.63
	C) 100,000	2	2.82
	D) MÁS	0	0
	E) \$	0	0
	F) 5,000	8	11.27
	G) 10,000	5	7.04
	H) 20,000	7	9.86
	I) 30,000	6	8.45
	<u>71</u>	<u>100.00</u>	
7. CUÁNTAS PERSONAS LE AYUDAN A VENDER SU MERCANCÍA	A) NINGUNA	35	49.30
	B) DOS	29	40.84
	C) CUATRO	2	2.82
	D) SEIS	2	2.82
	E) OTROS	3	4.22
	<u>71</u>	<u>100.00</u>	

<u>PREGUNTA</u>	<u>RESPUESTA</u>	<u>EMPRESARIOS DEL MERCADO SOBRE RUEDAS</u>	
		<u>NO DE PERSONAS</u>	<u>% QUE REPRESENTA</u>
8. CUÁL ES LA META QUE DESEARÍA ALCANZAR AL VENDER SU MERCANCÍA EN ESTE LUGAR	A) VENDER MÁS	30	42.25
	B) AHORRAR	8	11.27
	C) OBTENER MÁS DINERO	12	16.90
	D) COMO AYUDA	21	29.58
		<u>71</u>	<u>100.00</u>
9. TIENE PROGRAMADO CUÁNTO VA A VENDER	A) SÍ	2	2.82
	B) NO	69	97.18
		<u>71</u>	<u>100.00</u>
10. CONSIDERA USTED LOS GASTOS QUE HACE, EN LA VENTA DE LA MERCANCÍA	A) SÍ	58	81.69
	B) NO	13	18.31
		<u>71</u>	<u>100.00</u>
11. PAGA ALGUNA CONTRIBUCIÓN	A) SÍ	62	87.33
	B) NO	9	12.67
		<u>71</u>	<u>100.00</u>
12. TIENE CAJERA	A) SÍ	4	5.63
	B) NO	67	94.37
		<u>71</u>	<u>100.00</u>
13. DE LA UTILIDAD QUE OBTIENE CUÁNTO DESTINA PARA VOLVER A COMPRAR	A) 50%	39	54.93
	B) 25%	16	22.53
	C) OTRO 75%	9	12.67
	D) 30%	2	2.82
	E) 20%	1	1.41
	F) 15%	1	1.41
	G) NADA	3	4.23
	<u>71</u>	<u>100.00</u>	

EMPRESARIOS DEL MERCADO
SOBRE RUEDAS
% QUE
NO DE PERSONAS REPRESENTA

<u>PREGUNTA</u>	<u>RESPUESTA</u>	<u>NO DE PERSONAS</u>	<u>% QUE REPRESENTA</u>
14. CUÁNTO DE LO QUE VENDE AHORRA	A) NADA	12	16,90
	B) 50%	3	4,23
	C) 25%	20	28,17
	D) 15%	35	49,29
	E) 10%	1	1,41
		<hr/> 71	<hr/> 100,00
15. TIENE CUENTA DE AHORRO	A) Sí	26	36,62
	B) No	45	63,38
		<hr/> 71	<hr/> 100,00
16. CUÁNTAS CUENTAS DE AHORRO TIENE	A) UNA	23	32,39
	B) VARIAS	0	0
	C) NINGUNA	48	67,71
		<hr/> 71	<hr/> 100,00
17. CALCULA SU UTILIDAD	A) Sí	57	80,28
	B) No	14	19,72
		<hr/> 71	<hr/> 100,00
18. COMO LA CALCULA	A) POR LOTE	13	18,31
	B) POR PIEZA	44	61,90
	C) OTRO (NINGUNO)	13	19,71
	D) PORCENTAJE	0	0
		<hr/> 71	<hr/> 100,00

<u>PREGUNTA</u>	<u>RESPUESTA</u>	<u>EMPRESARIOS DEL MERCADO SOBRE RUEDAS</u>	
		<u>NO DE PERSONAS</u>	<u>% QUE REPRESENTA</u>
19. TIENE INTENSIONES DE CRECER	A) Sí	71	100.00
	B) No	0	0
		<hr/> 0	<hr/> 100.00
20. QUISTERA TENER UN LUGAR FIJO A DON- DE VENDER SU MER- CANCÍA	A) Sí	70	98.59
	B) No	1	1.41
		<hr/> 71	<hr/> 100.00

ANALISIS DE LA INFORMACION

PREGUNTA 1

EN RELACIÓN CON EL CUADRO ANTERIOR, EL INCISO A); EN LA PREGUNTA NÚMERO 1 CADA CUANDO COMPRA USTED SU MERCANCÍA, SE PUEDE OBSERVAR QUE EL 47.89% DE PERSONAS QUE VENDEN EN EL MERCADO SOBRE RUEDAS COMPRAN SU MERCANCÍA CADA SEMANA. EL 29.58% DE PERSONAS LA COMPRA DIARIAMENTE Y EL 22.53% LA COMPRA CADA MES; ES IMPORTANTE SEÑALAR QUE NINGUNA DE LAS PERSONAS QUE SE ENCUESTARON, REALIZAN LA COMPRA DE SU MERCANCÍA CADA AÑO, O CADA SEMESTRE DE QUE ALGUNAS PERSONAS EN VIRTUD DE QUE VENDEN TODA LA SEMANA EN ESTE TIPO DE MERCADOS COMPRAN SU MERCANCÍA DIARIAMENTE.

PREGUNTA 2

POR LO QUE CORRESPONDE A LA PREGUNTA 2 SE PUEDE VER QUE EL REQUISITO QUE DEBE HABER PARA QUE ESTAS PERSONAS COMPREN SU MERCANCÍA ES EL SIGUIENTE; EL 46.48% DE LAS PERSONAS QUE BUSCAN - COMO REQUISITO PARA COMPRAR SU MERCANCÍA; LA CALIDAD, ASÍMISMO EL 46.48% DE PERSONAS BUSCAN COMO REQUISITO EL PRECIO PARA LA COMPRA DE LA MISMA; POR LO QUE CORRESPONDE AL COLOR COMO REQUISITO SE NOTA QUE EXISTE EL 2.82% DE PERSONAS QUE LO BUSCAN Y

POR ÚLTIMO EL 4,22% DE PERSONAS REQUIEREN EL TAMAÑO PARA COMPRAR SU MERCANCÍA. LO ANTERIOR DEPENDE DEL TIPO DE MERCANCÍA QUE SE VA A OFRECER AL PÚBLICO.

P R E G U N T A 3

EN LO REFERENTE AL GIRO QUE TIENE EL NEGOCIO SE OBSERVÓ QUE EL 25,35% DE PERSONAS SE DEDICAN A OFRECER ROPA EL 22,53% DE PERSONAS TIENEN COMO ACTIVIDAD PRIMORDIAL LA DE OFRECER AL PÚBLICO PARTES DE AUTOMOVILES, POR LO QUE CORRESPONDE A LAS ANTIGÜEDADES SE OBSERVA QUE EL 11,26 SE DEDICA A VENDER ESTE TIPO DE ARTÍCULOS DENTRO DE LOS ARTÍCULOS "VARIOS" EN DONDE ES IMPORTANTE HACER MENCIÓN QUE ENTRAN ARTÍCULOS TALES COMO DISCOS, LIBROS, COLECCIÓN DE MONEDAS, RADIOS, MUEBLES, ETC., SE VE A PRIMERA INSTANCIA QUE DEL TOTAL DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS SE ENCUENTRAN DENTRO DE ÉSTOS EL 11,27% DE ELLOS EN LO QUE SE REFIERE AL 9,86% DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS, ESTAS SE DEDICAN A OFRECER ARTÍCULOS DE FERRETERÍA. EL 8,45% SE DEDICA A VENDER ALHAJAS POR ÚLTIMO EL 2,82% CORRESPONDE TANTO A ARTÍCULOS PARA EL HOGAR, ZAPATERÍA, JUGUETES Y

P R E G U N T A 4

LAS PERSONAS DEL MERCADO SOBRE RUEDAS QUE SI TIENEN DETERMINADO EL LUGAR DONDE COMPRAN SU MERCANCÍA ESTÁN REPRESENTADOS POR EL 45.07% ASÍMISMO LAS PERSONAS QUE NO TIENEN PROGRAMADO DONDE COMPRARLA VIENEN A REPRESENTAR EL RESTANTE 54.93%, LO ANTERIOR EN RELACIÓN A QUE LA SUMA DE ÉSTOS DOS DEBE RESULTAR EL 100%.

P R E G U N T A 5

EL 42.25% DE LAS GENTES QUE VENDEN EN EL MERCADO SI TIENEN CONTEMPLADO CUAL ES EL VOLÚMEN DE MERCANCÍA QUE DEBEN COMPRAR, EL 57.57% DEL TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADOS NO TIENEN PENSADO CUAL ES EL VOLUMEN DE MERCANCÍA QUE VAN A COMPRAR, LO ANTERIOR ES REFORZADO EN VIRTUD DE QUE ALGUNAS PERSONAS DEL MERCADO SOBRE RUEDAS COMPITEN CON OTRAS DE OTROS MERCADOS PARA ADQUIRIR CIERTA MERCANCÍA, POR EJEMPLO, EN ESTA SITUACIÓN SE ENCUENTRAN LOS QUE ESPECÍFICAMENTE SE DEDICAN A COMPRAR ANTIGÜEDADES, FERRETERÍA Y ARTÍCULOS VARIOS ETC...

P R E G U N T A 6

EN EL CUADRO SE NOTA QUE EXISTE UNA GRAN DIVERSIDAD DE CRITERIOS EN CUANTO A DINERO CON QUE CUENTA EL PEQUEÑO EMPRESARIO,

PARA REALIZAR LA COMPRA DE SU MERCANCÍA SE OBSERVA QUE EL 11.27% DEL TOTAL DE EMPRESARIOS ENCUESTADOS DEDICA LA CANTIDAD DE -- \$5,000.00 PARA LA COMPRA DE SU MERCANCÍA, ASÍMISMO EL 7.04% OFRECE LA SUMA DE \$10,000.00 PARA ADQUIRIRLA, EL 9.86% OCUPA \$20,000.00 PARA COMPRARLA, EL 8.45% DE LA GENTE QUE SE ENCUESTÓ NOS INFORMÓ QUE CUENTA CON \$30,000.00 PARA LA COMPRA DE SU MERCANCÍA, TAMBIÉN SE OBSERVA QUE EL 54.93% TIENE COMO BASE DE SUS COMPRAS LA CANTIDAD DE \$50,000.00, HAY QUE RESALTAR QUE POR LAS CARACTERÍSTICAS -- DEL MERCADO (SU GIRO) ES LA CANTIDAD MÁS ACCESIBLE DE LA POBLACIÓN PARA LA ADQUISICIÓN DE SU MERCANCÍA. EL 5.63% CUENTAN PARA REALIZAR SUS COMPRAS CON \$75,000.00, POR ÚLTIMO SÓLO EL 2.82% DEL TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS TIENEN PARA OBTENER SU MERCANCÍA LA CANTIDAD DE \$100,000.00

EN RELACIÓN CON LOS DOS PUNTOS ANTERIORES SE PUEDE RESALTAR EL HECHO DE QUE, NECESITAN ESA CANTIDAD BÁSICAMENTE LAS PERSONAS QUE MANEJAN TANTO ANTIGÜEDADES COMO ALHAJAS LO QUE PONE DE MANIFIESTO QUE EXISTA UNA DIFERENCIA TAN GRANDE EN CUANTO A EMPRESARIOS QUE OCUPEN LA CANTIDAD DE \$5,000.00 ASÍ COMO LOS QUE OCUPAN -- \$100,000.00 PARA LA COMPRA DE DIFERENTES MERCANCÍAS.

P R E G U N T A 7

DENTRO DE LAS PERSONAS QUE LE AYUDAN A VENDER SU MERCANCÍA, - NOS ENCONTRAMOS CON QUE EL 49.30% DE ÉSTAS GENTES NO UTILIZAN A NINGUNA PERSONA QUE LES AYUDE A VENDER SU MERCANCÍA ES DECIR, SE ENCUENTRAN PERSONAS QUE POR GIRO (COMO POR EJEMPLO JUGUETES, COLECCIÓN DE MONEDAS, ETC.) NO NECESITAN DE NINGUNA PERSONA PARA - ELLO, POR LO QUE CORRESPONDE AL 40.84% PARA OFRECER AL PÚBLICO - SU MERCANCÍA REQUIEREN NECESARIAMENTE LA AYUDA DE DOS PERSONAS, DENTRO DE ESTE CONTEXTO SE ENCUENTRAN CONTEMPLADAS LAS PERSONAS QUE TIENEN COMO ACTIVIDAD PRINCIPAL LA DE LA VENTA DE ALHAJAS, ANTIGÜEDADES, ETC... DEL MISMO MODO EL 2.82% DEL TOTAL NOS INFOR MARON QUE CUENTAN CON CUATRO GENTES PARA EL ACOMODO, VENTA Y DES PACHO DE LA MERCANCÍA QUE OFRECE,

LOS QUE OCUPAN A SEIS PERSONAS LES CORRESPONDE SÓLO EL 2.82% EN VIRTUD DE QUE LA MERCANCÍA QUE MANEJAN ES SUMAMENTE PESADA O EN SU DEFECTO DEMASIADO DELICADA, POR LO QUE CORRESPONDE A OTROS EL 4.22% CORRESPONDE A PERSONAS DEL MERCADO QUE CUENTAN CON GENTE - QUE LE AYUDA DIFERENTE A LAS MARCADAS ANTERIORMENTE, ES DECIR, PUEDE MANEJAR, YA SEA UNA, TRES, CINCO, ETC...

P R E G U N T A 8

COMO PUEDE OBSERVARSE EN EL CUADRO LA META QUE DESEARÍAN AL- CANZAR EL PEQUEÑO EMPRESARIO AL VENDER SU MERCANCÍA EN EL MERCA DO ES QUE DEL TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS EL 42.25% DESEARÍAN

VENDER MÁS MERCANCÍA PARA OBTENER POSTERIORMENTE MÁS GANANCIA, EL 29.58% DE ESTAS PERSONAS SÓLO PRETENDEN ALCANZAR COMO META; LA DE SER COMO UNA AYUDA PARA OBTENER UN POCO MÁS DE GANANCIA Y VIVIR MEJOR, EL 16.90% DE LAS MISMAS LO QUE QUIERE ALCANZAR ES OBTENER MÁS DINERO PARA ALCANZAR UN NIVEL DE VIDA MEJOR, - POR ÚLTIMO EL 11.27% LA FINALIDAD QUE QUISIERAN LOGRAR ES LA DE AHORRAR PARA PODER ALLERGARSE OBJETOS, BIENES, MUEBLES, - ETC. QUE ESTÁN FUERA DE SU ALCANCE.

P R E G U N T A 9

POR LO QUE SE REFIERE A ESTA PREGUNTA EL 97.18% DEL TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS NO TIENEN PROGRAMADO CUANTO ES LO - QUE VAN A VENDER, POR LO CONTRARIO 2.82% DE PERSONAS SI TIENEN PROGRAMADO LO QUE VAN A VENDER NORMALMENTE LAS PERSONAS QUE SI TIENEN PROGRAMADO LO QUE VAN A VENDER SON GENTES QUE TIENEN COMO GIRO EL DE ALHAJAS Y ANTIGÜEDADES.

P R E G U N T A 10

EN EL CUADRO ANTERIOR EN LA PREGUNTA NÚMERO 10 EN LA COLUMNA PORCENTAJE QUE REPRESENTAN, SE OBSERVA QUE EL 81.69% DEL TOTAL DE PERSONAS ESCUESTADAS SI CONSIDERA LOS GASTOS -

QUE EL HACE EN LA VENTA DE LA MERCANCÍA QUE OFRECE POR OTRA PARTE EL 18.31% NO LOS CONSIDERA EN VIRTUD DE QUE LA MERCANCÍA QUE VENDE TA TIENE CONSIDERADO ESTOS GASTOS, COMO POR EJEMPLO, LOS JUGUETES.

P R E G U N T A 11

LO QUE CORRESPONDE A ESTA PREGUNTA PODEMOS DECIR QUE EL 87,33% DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS SI PAGAN CONTRIBUCIÓN PARA VENDER EN EL MERCADO Y QUE POR EL CONTRARIO EL 12,67% DE ÉSTAS NO LO PAGAN, ES NECESARIO HACER MENCIÓN DE QUE LAS PERSONAS QUE NO PAGAN NINGUNA CONTRIBUCIÓN SON PERSONAS QUE SE ENCUENTRAN EN PROCESO DE INCORPORACIÓN AL MERCADO ES DECIR, TODAVÍA NO ESTÁN INTEGRADAS AL DOCUMENTO QUE AVARCA SU INCORPORACIÓN.

P R E G U N T A 12

EN RELACIÓN A ESTA PREGUNTA EN EL CUADRO SE PUEDE OBSERVAR QUE EL 5,63% SI CUENTAN CON CAJERA PARA EL COBRO DE LA MERCANCÍA QUE VENDE; POR EL CONTRARIO EL 94,37% HACE DIRECTAMENTE EL COBRO DE SU MERCANCÍA LO CUAL ES REFORZADO POR QUE ESTA ES UNA DE LAS CARACTERÍSTICAS QUE ENVUELVE AL PEQUEÑO EMPRESARIO. NO OBSTANTE ESTO ALGUNOS PUEDEN CONTAR CON ESTE TIPO DE PERSONAS

EN VIRTUD DEL CAPITAL QUE MANEJAN Y QUE EN UN MOMENTO DETERMINADO PUEDEN CONTRATARLAS PARA EL COBRO DE LA MISMA MERCANCÍA.

P R E G U N T A 13

CONTINUANDO CON EL CUADRO DE RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y ESPECÍFICAMENTE EN LA PREGUNTA NÚMERO 13 SE PUEDE ADVERTIR QUE SÓLO EL 1.41% DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS SÓLO DESTINAN - PARA VOLVER A COMPRAR EL 15% DE LA UTILIDAD QUE OBTIENEN, EN EL MISMO CASO ES DECIR, OTRO 1.41% DEL TOTAL DE ENCUESTADOS - SÓLO OCUPA EL 20% DE LA UTILIDAD QUE OBTIENE PARA VOLVER A - COMPRAR, EL 22.53% DESTINAN EL 25% DE LA UTILIDAD PARA EL MISMO CONCEPTO, SÓLO EL 2.82% DE LAS PERSONAS ENTREVISTADAS EMPLENA PARA DEABASTECERSE DE MERCANCÍA, EL 30% DEL TOTAL DE LA UTILIDAD, ASIMISMO EL 54.93% DE ESTAS MISMAS PERSONAS UTILIZAN LA MITAD DE SU UTILIDAD, ES DECIR, EL 50% DE LA GANANCIA AL MOMENTO DE VOLVER A COMPRAR MÁS MERCANCÍA, ES NECESARIO - HACER HINCAPIÉ EN ESTE PUNTO PUES LA MENTALIDAD DE TODO PEQUEÑO EMPRESARIO ES DE NORMALMENTE SIN TENER NINGUNA BASE PARA DESIGNAR ALGUNA CANTIDAD, COMENTAN QUE OCUPAN LA MITAD DE LO QUE TIENEN DE GANANCIA Y LA OTRA MITAD PARA SEGUIR VIVIENDO, POR ÚLTIMO DE LA UTILIDAD SE OBTIENEN EL 12.67% DESTINAN, EL 75% DE ESTA UTILIDAD PARA VOLVER A COMPRAR SU MERCANCÍA EN -

LO QUE TOCA A ESTE PUNTO NORMALMENTE SON PERSONAS QUE PRETENDEN TENER CADA VEZ MÁS, UN VOLÚMEN MÁS GRANDE DE MERCANCÍA,

P R E G U N T A 14

EL 49.29% DE LA GENTE ENTREVISTADA NOS INFORMÓ QUE DEL TOTAL DE LAS VENTAS QUE REALIZAN, DESTINAN PARA AHORRAR EL -- 15% DE LA MISMA, EL 28.17% EMPLEA EL 25% DE LA VENTA, EL 4.23% DE LOS ENCUESTADOS NOS DIJO QUE LA VENTA QUE HACE DE SU MERCANCÍA DESTINAN EL 50% DE LA MISMA, ASÍMISMO EL 1.41% SÓLO OCUPAN EL 10% DE LO QUE VENDEN PARA AHORRAR, PRINCIPAL ATENCIÓN SE TOMA ESTE PUNTO PUES EL 16.90% DE LAS PERSONAS NO CANALIZAN NINGÚN PORCENTAJE DE SUS VENTAS PARA EL AHORRO DE ALGÚN CAPITAL.

P R E G U N T A 15

EN EL CUADRO YA ANTERIORMENTE MENCIONADO PUEDE OBSERVARSE QUE EN LA PREGUNTA NÚMERO 15 EL 63.38% DE LAS PERSONAS ENTREVISTADAS NO TIENEN CUENTA DE AHORRO, POR OTRA PARTE EL 36.63% SÍ POSEEN CUENTA DE AHORRO EN ALGÚN BANCO DE NUESTRA CIUDAD.

P R E G U N T A 16

ESTA PREGUNTA ESTA EN RELACIÓN A LA ANTERIOR YA QUE EFECTIVAMENTE EL 63.38% DE NUESTRAS PERSONAS ENCUESTADAS NOS INFORMARON QUE NO TIENEN NINGUNA CUENTA DE AHORRO Y SI OBSERVAMOS

LA PREGUNTA ANTERIOR SE ENCUENTRA LA RELACIÓN ENTRE LOS QUE NO CUENTAN CON NINGUNA CUENTA DE AHORRO; POR EL CONTRARIO EL 36.62% DEL TOTAL DE PERSONAS CUENTAN CON UNA CUENTA DE - AHORRO.

P R E G U N T A 17

POR LO QUE CORRESPONDE A ESTE PREGUNTA DEL CONUNTO DE - PERSONAS QUE NOS INFORMARON, DEDUCIMOS QUE EL 80.28% DE PERSONAS SI CALCULAN CUAL ES LA UTILIDAD QUE OBTIENEN Y EL -- 19.72 NO SABEN NI CALCULAN CUAL ES O VA A SER SU UTILIDAD.

P R E G U N T A 18

ESTA PREGUNTA SE ENCUENTRA EN RELACIÓN CON LA PREGUNTA ANTERIOR YA QUE DEL RESULTADO OBTENIDO POR LAS PERSONAS QUE SI CALCULAN SU UTILIDAD SE DESPRENDE LO SIGUIENTE: EL 18.31% DE ESTAS PERSONAS LA CALCULAN POR LOTE, ES DECIR, DEL CONJUNTO DE ARTÍCULOS O PRODUCTOS QUE COMPRAN DETERMINAN CUAL ES LA CANTIDAD A GANAR EL 6.97% RESOLVIERON QUE CALCULAN SU UTILIDAD POR PIEZA, ADEMÁS DEL 19.72% NOS COMUNICARON QUE NO UTILIZAN NINGUNA TÉCNICA ESPECÍFICA PARA CALCULAR SU UTILIDAD.

P R E G U N T A 19

CON RELACIÓN A ESTE PREGUNTA Y OBSERVANDO EL CUADRO DE RE-COPILACIÓN DE LA INFORMACIÓN SE ADVIERTE QUE EL 100% DE LAS PERSONAS QUE FUERON CUESTIONADAS RESPONDIERON QUE SI TIENEN INTENSIONES DE CRECER YA QUE OBTENDRÍAN MAYORES BENEFICIOS EN CUANTO A MAYORES VENTAS, MAYOR UTILIDAD Y DEFINITIVAMENTE MÁS AHORRO.

P R E G U N T A 20

POR LO QUE CORRESPONDE A SI QUISIERAN TENER UN LUGAR FIJO DONDE VENDER SU MERCANCÍA, EL 98,59% DE LAS PERSONAS CONSIDERARON AFIRMATIVAMENTE ESTA PREGUNTA, SIN EMBARGO CURIOSAMENTE EL 1,41% CORRESPONDIENTE A UNA SOLA PERSONA NO QUISIERA TENER UN LUGAR FIJO DONDE VENDERLA, ESTO EN VIRTUD DE QUE EL CREE QUE SU MERCANCÍA TIENE MÁS GANANCIA Y SE VENDE MÁS EN LOS MERCADOS SOBRE RUEDAS.

TABULACION DE
DATOS

- 21 PERSONAS PRETENDEN ALCANZAR COMO META EL QUE
VENDAN EN ESTE LUGAR SÓLO COMO UNA AYUDA
- 2 GENTES SI TIENEN PROGRAMADO CUANTO ES LO QUE
VAN A VENDER
- 69 PERSONAS NO TIENEN PROGRAMADO CUANTO VAN A
VENDER
- 58 PERSONAS SI CONSIDERAN LOS GASTOS QUE REALIZAN
PARA COMPRAR LA MERCANCÍA QUE OFRECEN
- 13 GENTES NO CONSIDERAN LOS GASTOS QUE HACEN EN LA
COMPRA DE LA MERCANCÍA QUE VENDEN
- 62 PAGAN CONTRIBUCIÓN
- 9 NO LO HACEN
- 4 TIENEN CAJERA
- 67 NO CUENTAN CON CAJERA
- 39 GENTES DESTINAN EL 50% DE SU UTILIDAD PARA VOLVER
A COMPRAR
- 16 SÓLO DESTINAN EL 25% DE LA UTILIDAD
- 9 PERSONAS OCUPAN EL 75% DE LA GANANCIA PARA VOL-
VER A COMPRAR

- 2 PERSONAS EL 30% DE LA GANANCIA
- 1 PERSONA OCUPA EL 20% DEL RENDIMIENTO QUE OBTIENE PARA COMPRAR NUEVA MERCANCÍA
- 1 PERSONA ASIGNA EL 15% PARA VOLVER A COMPRAR
- 3 PERSONAS NO DESTINAN NADA PARA VOLVER A COMPRAR MERCANCÍA
- 3 PERSONAS OCUPAN EL 50% DE LO QUE VENDEN PARA AHORRAR
- 20 GENTES EMPLEAN EL 25% POR EL MISMO CONCEPTO
- 35 GENTES DESTINAN EL 25%
- 1 PERSONA SÓLO OCUPA EL 10%
- 12 PERSONAS NO AHORRAN NADA DE LO QUE VENDEN
- 26 GENTES SI CUENTAN CON CUENTA DE AHORROS
- 45 PERSONAS NO TIENEN CUENTA DE AHORROS
- 26 INDIVIDUOS TIENEN UNA CUENTA DE AHORROS
- 0 PERSONAS MANEJAN VARIAS CUENTAS
- 45 GENTES NO CUENTAN CON NINGUNA CUENTA DE AHORRO
- 57 PERSONAS CALCULAN SU UTILIDAD
- 14 NO LA CALCULAN
- 13 LA CALCULAN POR LOTE

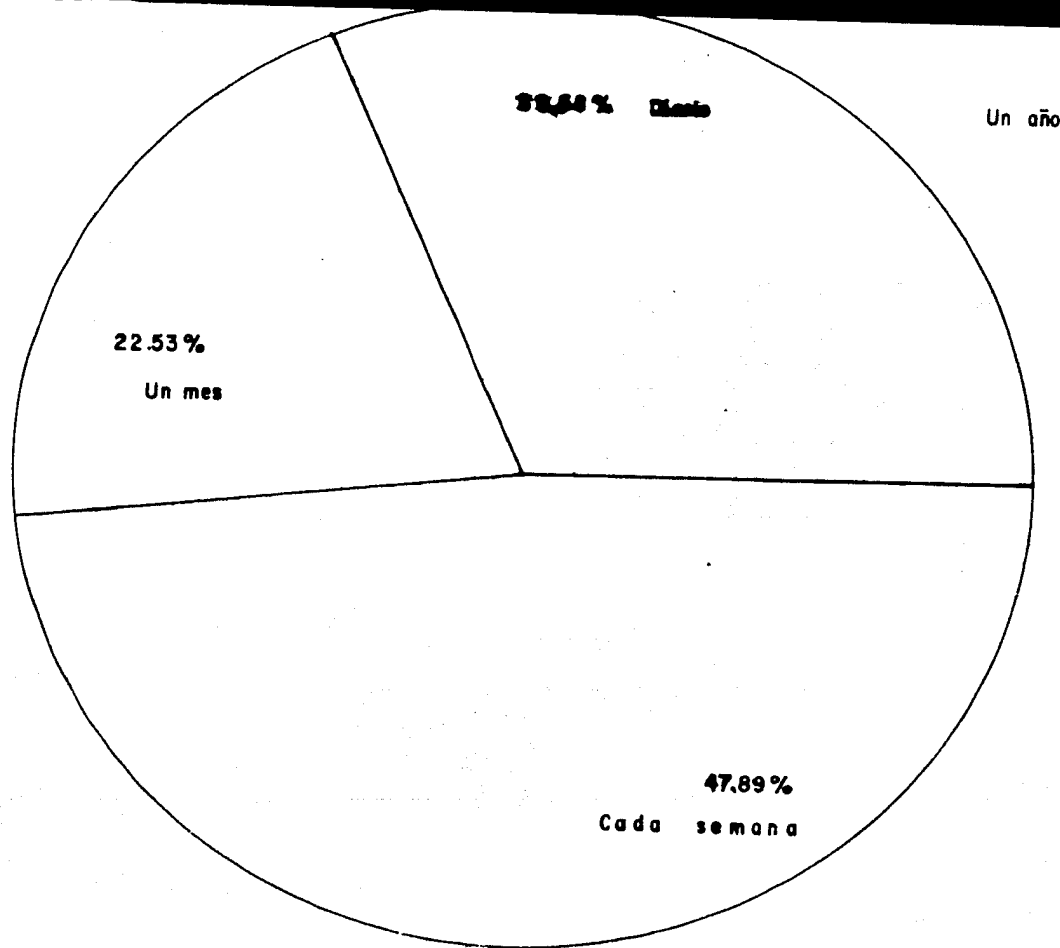
- 45 LA CALCULAN POR PIEZA
- 2 PERSONAS LA CALCULAN POR X PORCENTAJE (25%)
- 11 NO LA CALCULAN
- 71 PERSONAS SI TIENEN INTENSIONES DE CRECER
- 0 GENTES NO TIENEN INTENSIONES
- 70 PERSONAS QUISIERAN TENER UN LUGAR FIJO DONDE
VENDER SU MERCANCÍA
- 1 PERSONA NO TIENEN INTENSIONES DE VENDER EN UN
LUGAR FIJO
- 21 PERSONAS CONTESTARON QUE COMPRAN DIARIAMENTE
SU MERCANCÍA
- 34 PERSONAS LA COMPRAN CADA SEMANA
- 16 PERSONAS LA COMPRAN CADA MES Y NUNGUNA PERSONA
COMPR MERCANCÍA CADA AÑO
- 33 PERSONAS COMPRAN SU MERCANCÍA DEBIENDO EXISTIR
EL REQUISITO DE CALIDAD
- 33 PERSONAS COMPRARON CON EL REQUISITO DE PRECIO
- 2 PERSONAS LA COMPRAN POR EL COLOR
- 3 PERSONAS LA COMPRAN POR EL TAMAÑO DE LA MERCAN-
CÍA
- 6 PERSONAS TIENEN COMO GIRO EN SU NEGOCIO EL DE
ALHAJAS
- 18 PERSONAS CUENTAN CON EL GIRO DE ROPA
- 16 PERSONAS VENDEN AUTOPARTES

- 8 OFRECEN AL PÚBLICO ANTIGÜEDADES
- 7 PERSONAS NOS INFORMARON QUE SU NEGOCIO ES EL
DE FERRETERÍA
- 2 DEDICAN A VENDER ARTÍCULOS PARA EL HOGAR
- 8 PERSONAS VENDEN ARTÍCULOS VARIOS
- 2 PERSONAS TIENEN COMO PRODUCTO PARA VENDER EL DE CASSETS
- 2 SE DEDICAN A LA VENTA DE ZAPATOS
- 2 VENDEN JUGUETES
- 32 PERSONAS TIENEN DETERMINADO EL LUGAR A DONDE COMPRAN
SU MERCANCÍA
- 39 PERSONAS NO LO TIENEN DETERMINADO
- 30 PERSONAS SI TIENEN PENSADO EL VOLÚMEN DE LA MERCAN-
CÍA QUE VA A COMPRAR
- 41 NO SABEN DEL VOLÚMEN QUE REQUIEREN PARA VENDER
- 39 PERSONAS CUENTAN CON \$50,000.00 PARA COMPRAR SU
MERCANCÍA
- 4 CUENTAN CON \$75,000.00 PARA COMPRARLA
- 2 CUENTAN CON \$100,000.00 PARA COMPRAR LA MERCANCÍA
QUE NECESITAN VENDER
- 8 PERSONAS SÓLO TIENEN \$5,000.00 PARA LA COMPRA DE
SU PRODUCTO
- 5 GENTES TIENEN \$10,000.00 PARA ADQUIRIR SUS ARTÍCULO-
LOS

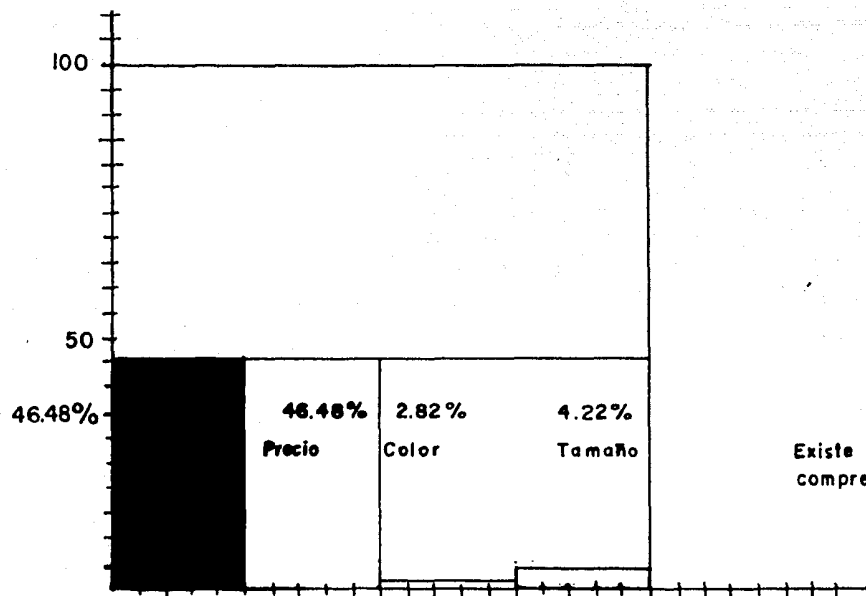
- 7 TIENEN \$20,000.00 PARA EL MISMO CONCEPTO Y
6 CUENTAN CON \$30,000.00 PARA COMPRAR MERCANCÍA
35 PERSONAS NO CUENTAN CON NINGUNA PERSONA PARA
QUE LE AYUDE A VENDER SU MERCANCÍA
29 GENTES TIENEN A DOS PERSONAS PARA QUE LES AYUDEN
2 GENTES TIENEN A CUATRO PERSONAS QUE LES AYUDE A
VENDER SU MERCANCÍA
2 PEQUEÑOS EMPRESARIOS TIENEN A 6 PERSONAS
3 PERSONAS TIENEN A OTROS QUE LES AYUDEN A VENDERLA
EJEMPLO 1, 3 Y 6
30 PERSONAS TIENEN COMO META VENDER EN UN MERCADO SOBRE
RUEDAS
8 GENTES PRETENDEN ALCANZAR COMO META AL AHORRAR
12 GENTES DESEARÍAN TENER COMO META EL OBTENER MÁS DINERO

REPRESENTACION

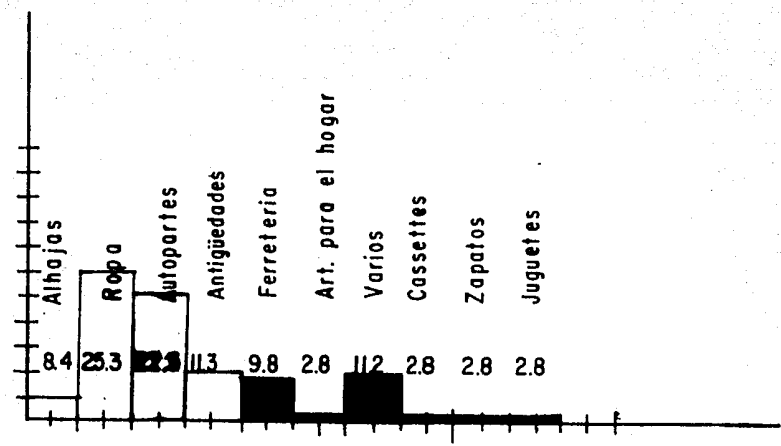
GRAFICA



Cada cuando compra usted su mercancía?

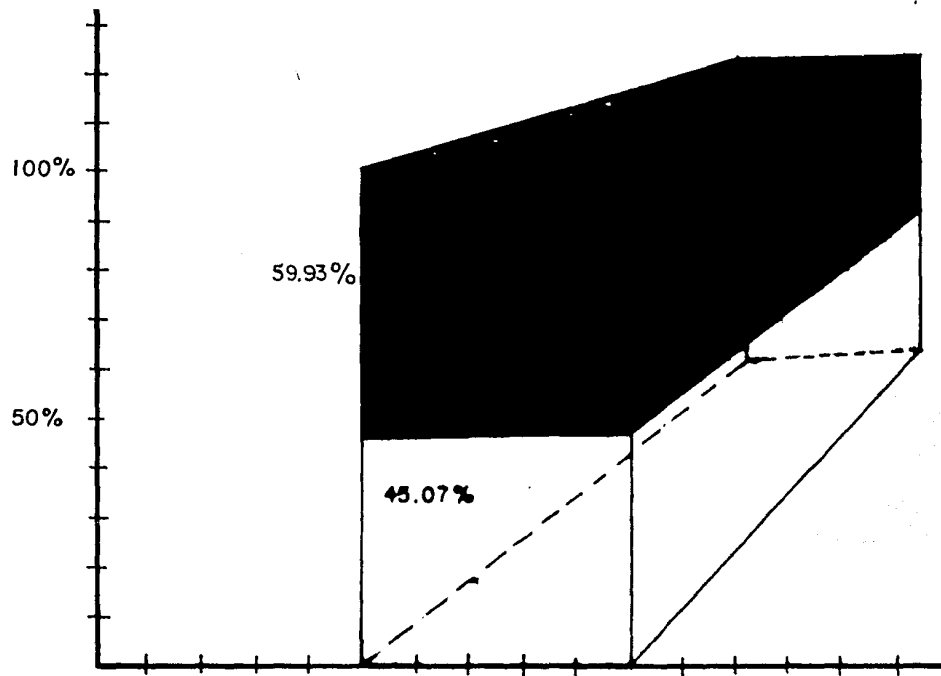


Existe algun requisito para que usted
compre su mercancía ?

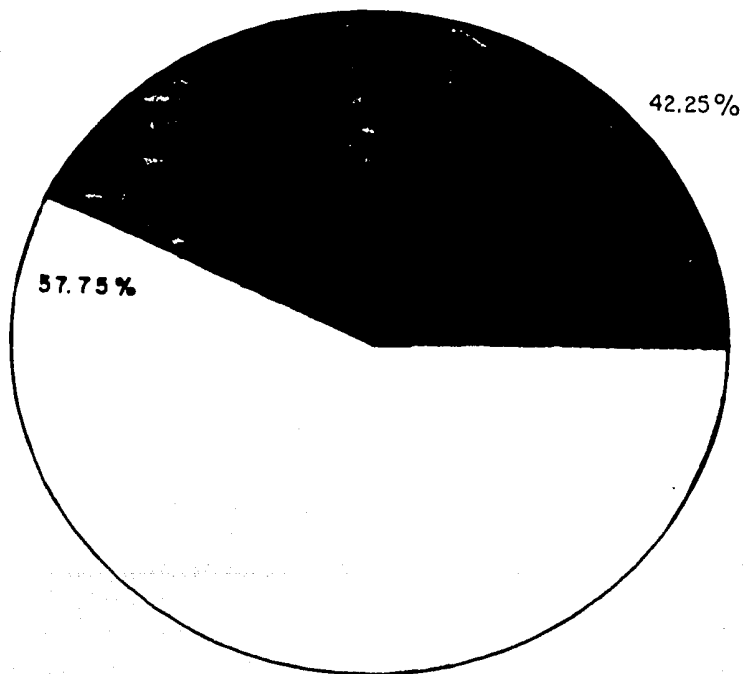


Que giro tiene su negocio?

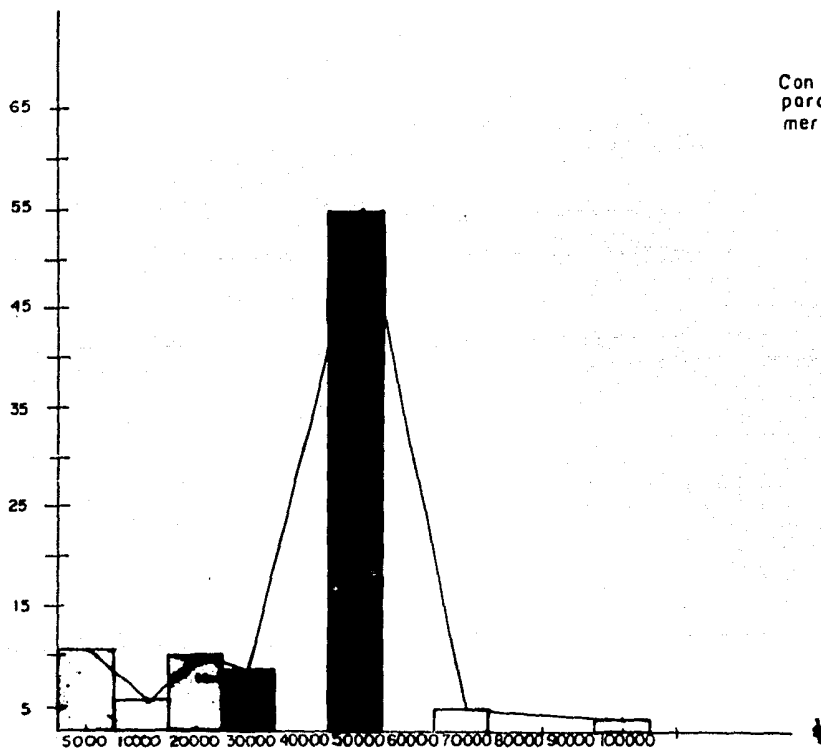
TIENE DETERMINADO EL LUGAR
DONDE COMPRA SU MERCANCIA ?



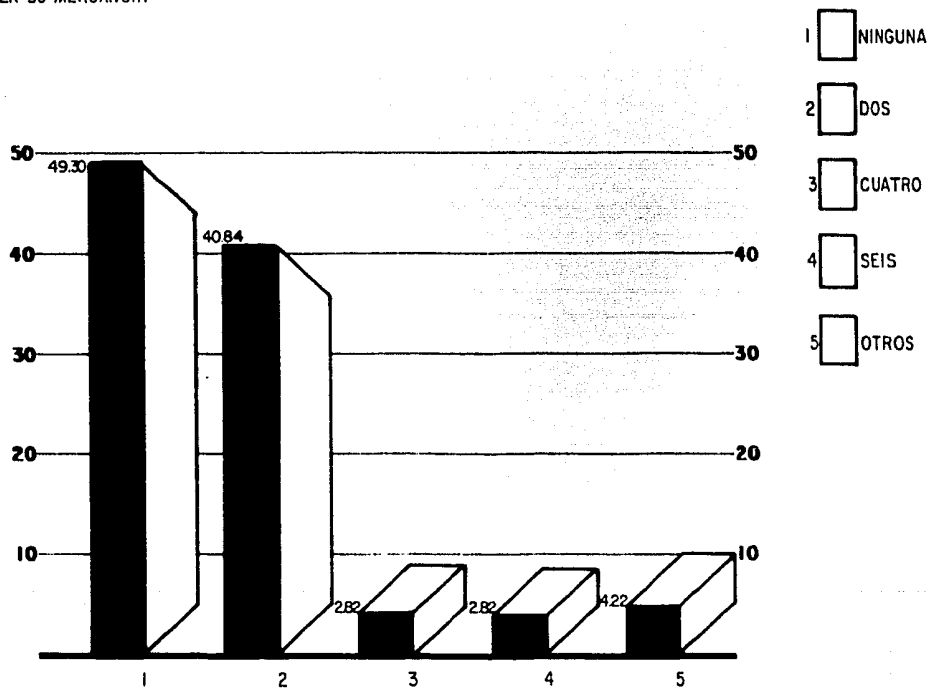
TIENE DETERMINADO EL VOLUMEN DE MERCANCIA QUE VA A COMPRAR ? 113.



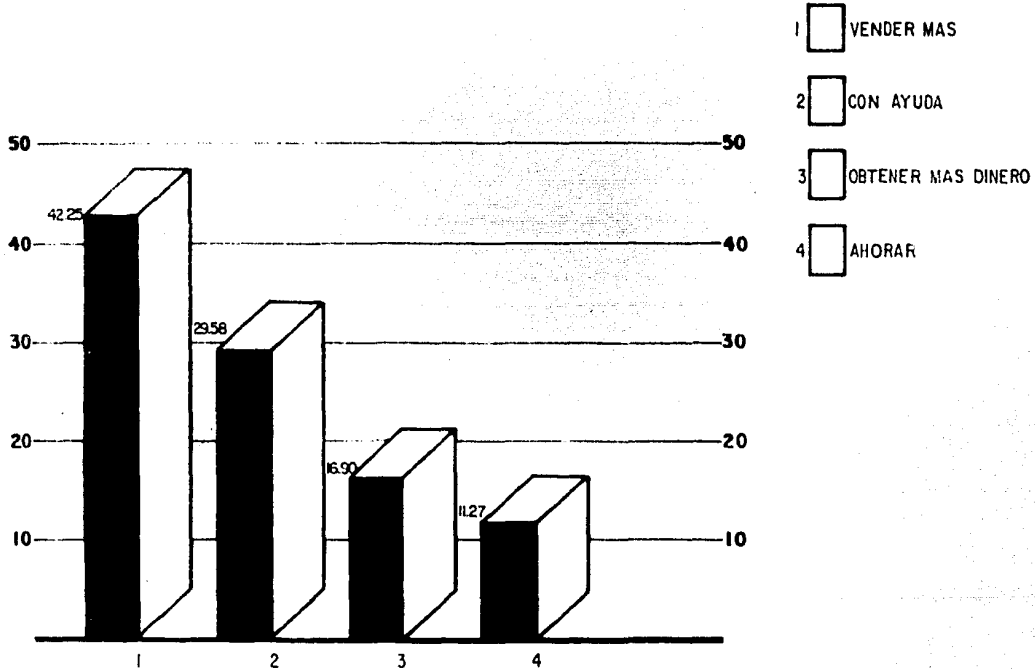
%



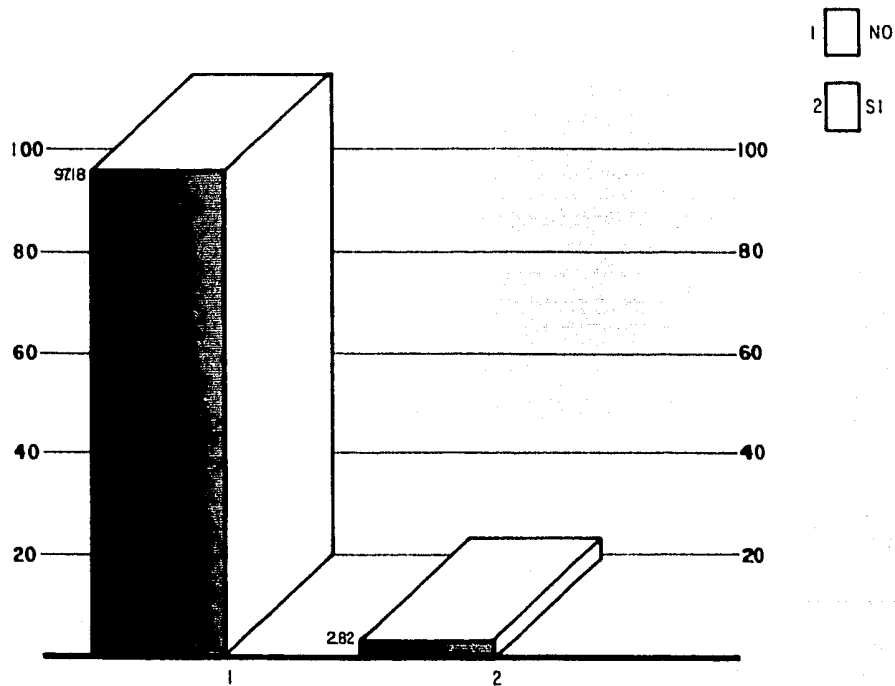
CUANTAS PERSONAS LE AYUDAN A
VENDER SU MERCANCIA



CUAL ES LA META QUE DESEARIA ALCANZAR
AL VENDER SU MERCANCIA EN ESTE LUGAR



TIENE PROGRAMADO CUANTO VA A VENDER

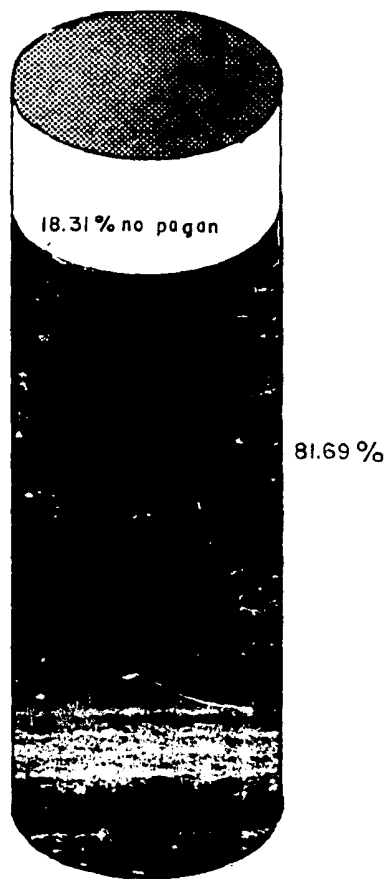


CONSIDERA LOS GASTOS QUE HACE EN LA
COMPRA DE SU MERCANCIA

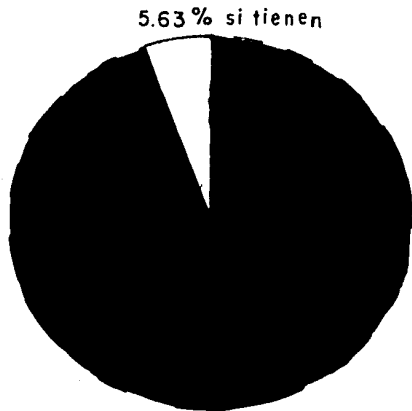
18.31%

81.69%

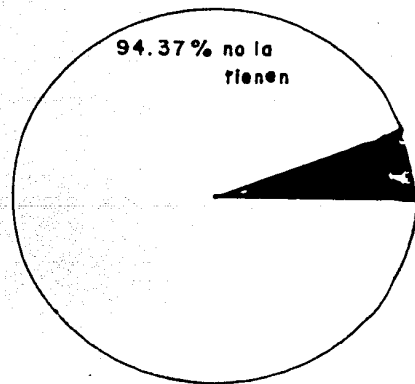


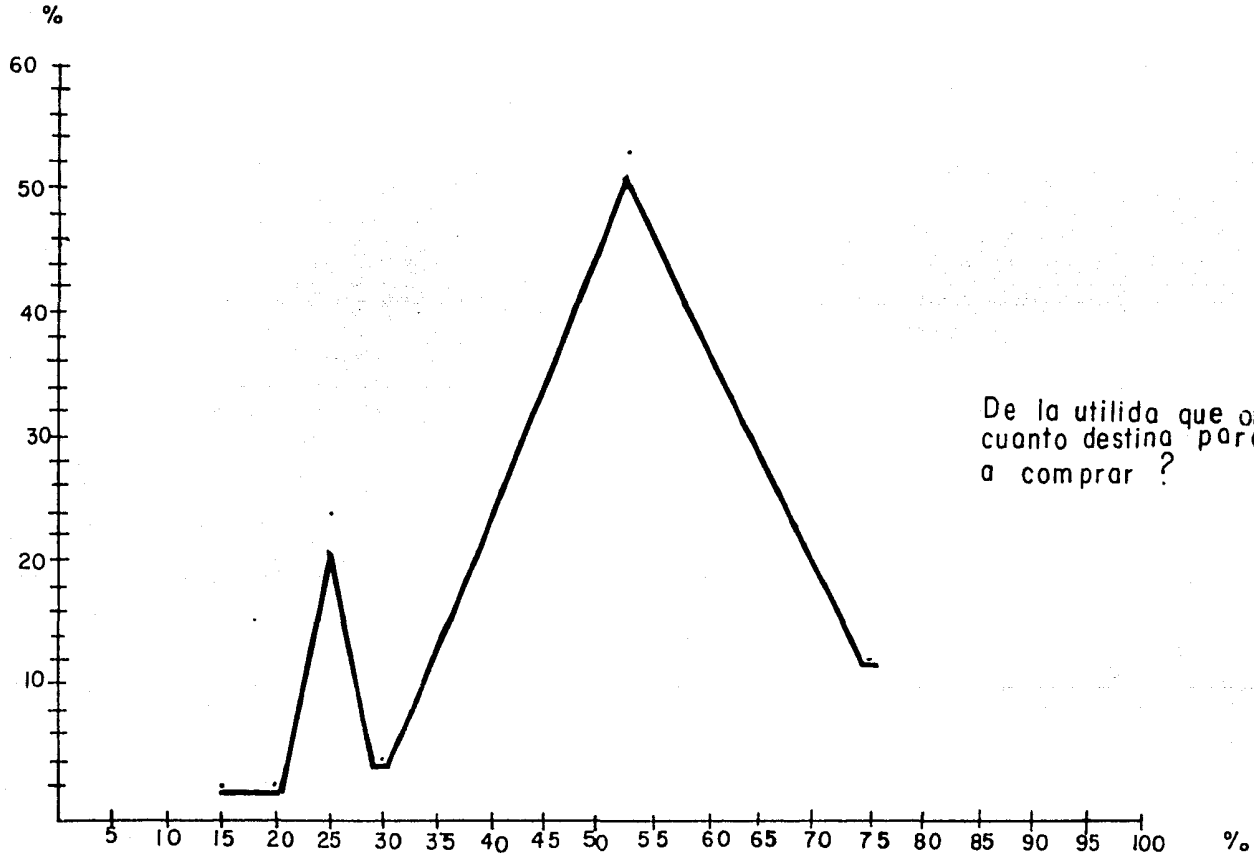


Paga alguna contribución?



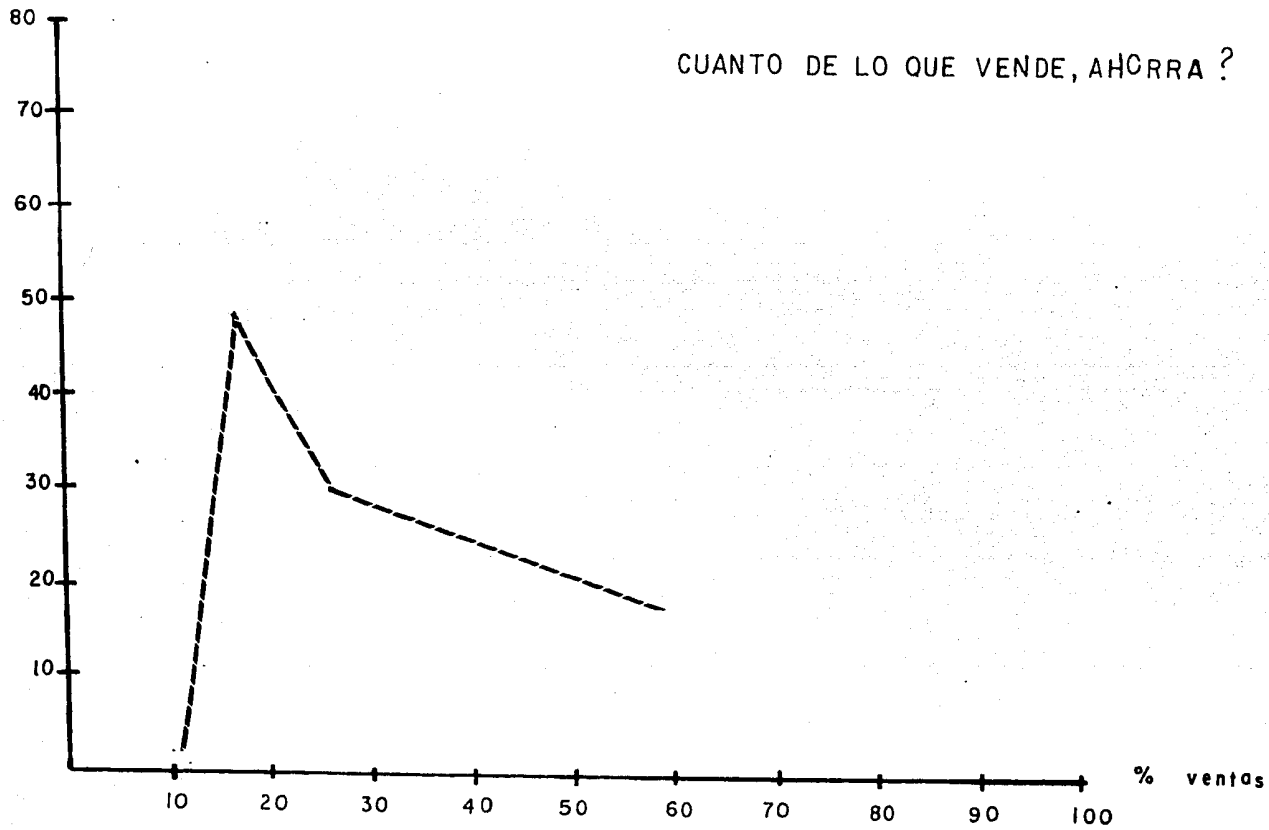
Tiene cajera ?





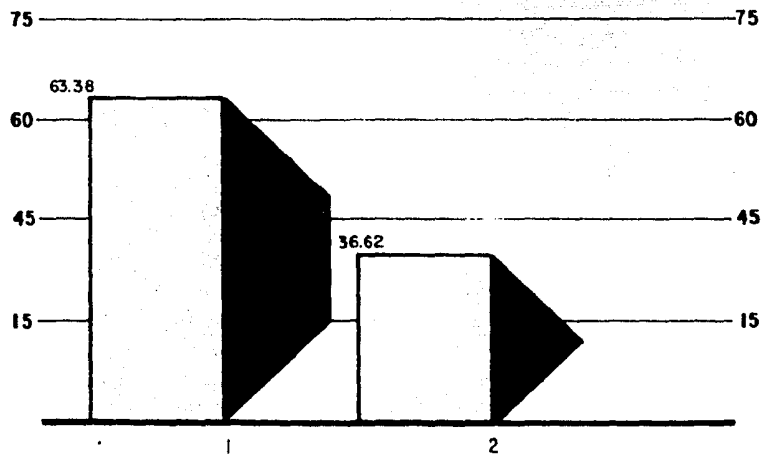
%
que representan

CUANTO DE LO QUE VENDE, AHORRA ?

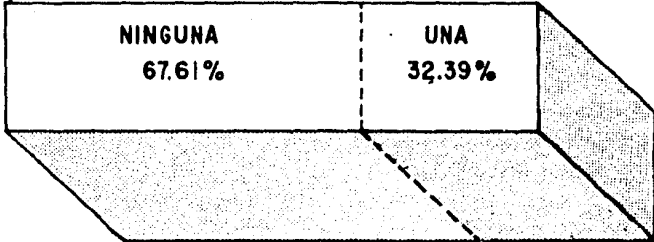


TIENE CUENTA DE AHORRO

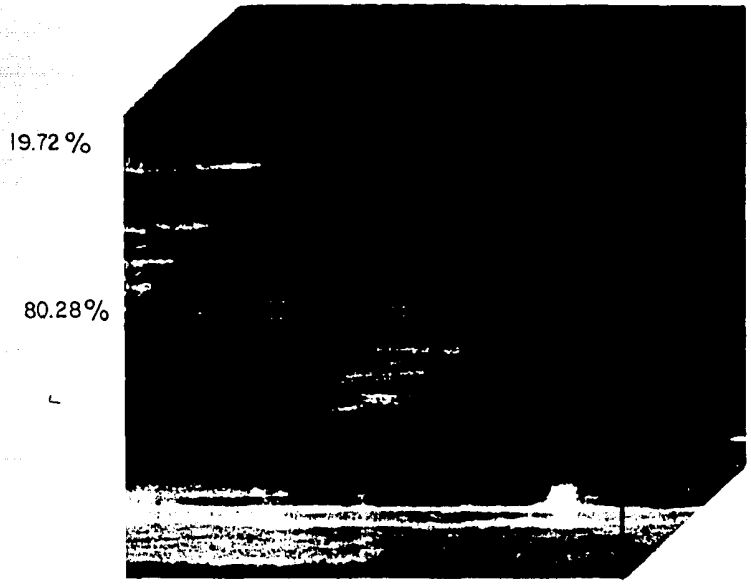
- 1 NO
- 2 SI



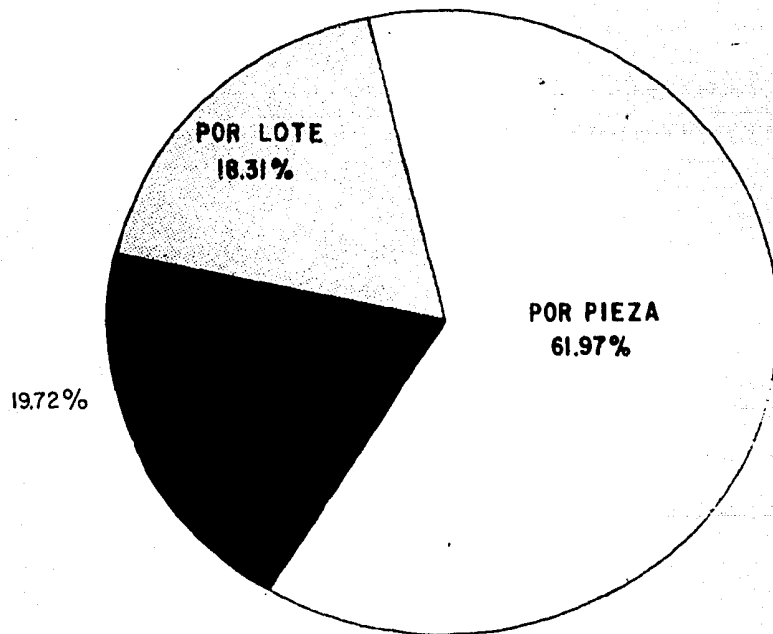
CUANTAS CUENTAS DE AHORRO TIENE

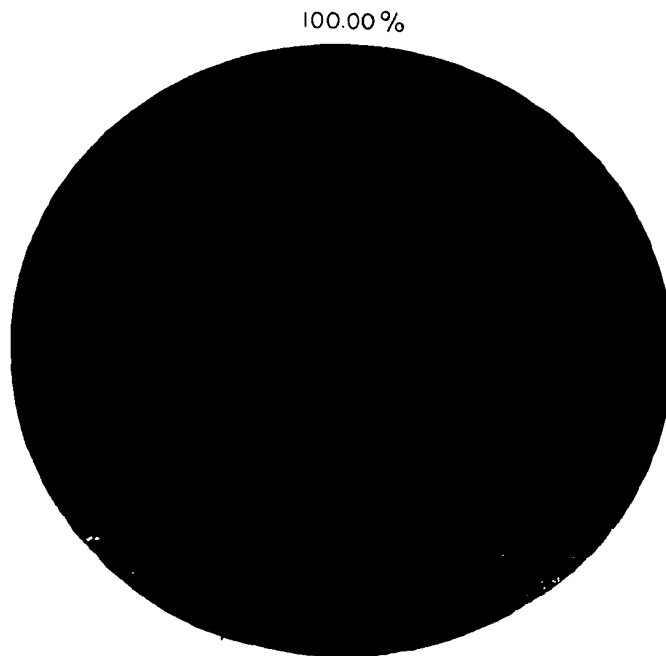


CALCULA SU UTILIDAD

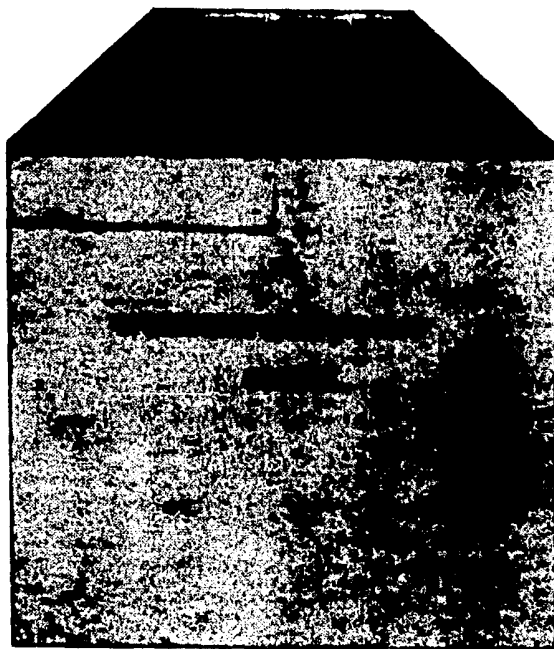


COMO CALCULA SU UTILIDAD





EL TOTAL DE LA PERSONA ENCUESTADAS
TIENEN INTENSIONES DE CRECER



100.00%

QUISIERA TENER UN LUGAR FIJO DONDE VENDER
SU MERCANCIA

CONCLUSIONES

UNA VEZ QUE SE HA EXPUESTO LA PRESENTE INVESTIGACIÓN, NOS ENCONTRAMOS ANTE LA POSIBILIDAD DE CONCLUIR QUE, UNA GRAN NÚMERO DE PEQUEÑOS EMPRESARIOS QUE VENDEN EN EL MERCADO SOBRE RUEDAS LLEVAN A CABO LABORES BIEN ESPECÍFICAS DE PLANEACIÓN, SIN EMBARGO, LA SITUACIÓN ESPECIAL Y PRINCIPAL ES QUE DESCONOCEN LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS DE LA PLANEACIÓN YA QUE AUNQUE REALIZAN LAS ACTIVIDADES DE ESTA ETAPA DEL PROCESO ADMINISTRATIVO, DESCONOCEN SU APLICACIÓN TÉCNICA, ASÍ COMO TAMBIÉN EL PROCEDIMIENTO ADECUADO DE ESTAS.

DENTRO DE ESTAS CONCLUSIONES EXISTEN DIVERSAS ENCUESTAS QUE DETERMINARON QUE NOSOTROS LLEGAMOS A ÉSTAS LAS QUE A SABER SON:

- 1.- EN PRIMER TÉRMINO SE CONCLUYE QUE LOS PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL MERCADO SOBRE RUEDAS REALIZAN LABORES DE PLANEACIÓN YA QUE EFECTÚAN ACTIVIDADES PROPIAS DE ESTA ETAPA, SIN EMBARGO, NO TIENEN CONOCIMIENTO DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS TÉCNICAS DE PLANEACIÓN.

- 2.- ES IMPORTANTE QUE EL PEQUEÑO EMPRESARIO SE DE CUENTA DE LA RELACIÓN QUE TIENE ESTE CON LOS EMPLEADOS, YA QUE DE AHÍ DEPENDE QUE DEBERÁ CONSIDERAR ES QUE TIENE VENTAJAS EN CUANTO A QUE PUEDE ACTUAR CON TODA LA LIBERTAD QUE LE ES CARACTERÍSTICA DEL PEQUEÑO EMPRESARIO, YA QUE EXISTE AUTONOMÍA POR SU PARTE EN TOMAR DECISIONES SOBRE CUALQUIER ASUNTO DE QUE SE TRATE.

- 3.- EL PERSONAL QUE TIENE A SU CARGO EL PEQUEÑO EMPRESARIO NO ESTA DEBIDAMENTE CAPACITADO POR QUE RESULTA QUE ESTE TIPO DE EMPRESAS FRACASAN O TENGAN MUCHA ROTACIÓN DEL MISMO PERSONAL, ESTO TAMBIÉN AFECTA GRANDEMENTE LOS RECURSOS FINANCIEROS CON LOS QUE CUENTA LA EMPRESA. POR OTRA PARTE, COMO EL GERENTE O DUEÑO DE LA EMPRESA SE DEDICA A ENSEÑAR LAS LABORES DE LA EMPRESA AL PERSONAL QUE INGRESA DESCUIDAMOS SU TIEMPO EN ESTAS ACTIVIDADES QUE NO SON TAN IMPORTANTES, - AFECTA EN GRAN MEDIDA OTRAS ACTIVIDADES POR NO TENER EL PERSONAL CAPACITADO PARA REALIZAR ESAS FUNCIONES Y MOTIVAR A LA GENTE A SU CARGO PARA QUE NO RENUNCIEN Y ASÍ TENGA OPORTUNIDAD DE PLANEAR, ORGANIZAR, DIRIGIR Y CONTROLAR

4.- UN ELEMENTO QUE SE OBSERVA FUE QUE, SE ENCUENTRAN EMPRESAS PEQUEÑAS EN DONDE LOS INTEGRANTES SON BÁSICAMENTE LA MISMA FAMILIA, ES DECIR, SON EMPRESAS FAMILIARES EN LAS QUE LA ATENCIÓN AL PÚBLICO LA REALIZA LA MADRE Y LAS LABORES DE REPARACIÓN DE MANTENIMIENTO LO HACE EL PADRE O LOS HIJOS MAYORES DE LA FAMILIA, O TAMBIÉN EL PADRE, BUSCA VENDER EN OTRO MERCADO SOBRE RUEDAS O TRABAJO EN OTRA EMPRESA.

ASIMISMO, LO QUE SE OBSERVÓ ES QUE EN LA EMPRESA FAMILIAR, LO QUE PREDOMINA ES LA ARMONÍA QUE ENVUELVE A ESTOS EMPRESARIOS PORQUE DE ESO DEPENDE EL ÉXITO DE ESTAS ORGANIZACIONES, ADEMÁS ENTRE MÁS ARMONÍA HAYA, MÁS DEDICACIÓN (ENTREGA) HABRÁ POR LAS PERSONAS QUE LA COMPONEN.

5.- OTRO ASPECTO NO MENOS IMPORTANTE Y QUE ES CONVENIENTE MENCIONAR, PORQUE ADEMÁS ES LA BASE PARA ESTABLECER UN NEGOCIO O EMPRESA ES LA BASE LEGAL SOBRE LA QUE DEBEN ACTUAR TODA EMPRESA SEA GRANDE O PEQUEÑA, PORQUE EN EL CASO ESPECÍFICO DEL MERCADO SOBRE RUEDAS SE ENCUENTRA REGULADO POR LEYES

MERCANTILES Y VIGILADAS POR UNIDADES DE COMERCIANTES DENTRO DE LAS LEYES ANTES MENCIONADAS SE FUNDAMENTA LA CREACIÓN DE LAS EMPRESAS ASÍ COMO LAS -- PERSONAS QUE SON SUJETAS A REALIZAR EL COMERCIO, Y EN SU DEFECTO LAS PERSONAS QUE DEFINITIVAMENTE NO LO PUEDEN EJERCER.

6.- EN EL ESTUDIO REALIZADO SE OBSERVÓ QUE AUNQUE UNA FORMA DE FINANCIAMIENTO MUY ANTIGUA COMO LO ES -- "LA LETRA DE CAMBIO", HACE FALTA QUE EXISTA MÁS INFORMACIÓN EN RELACIÓN CON LAS FUENTES DE INFORMACIÓN A LAS QUE PUEDE RECURRIR UN PEQUEÑO EMPRESARIO, -- CUANDO SE ENCUENTRE ANTE LA NECESIDAD DE REQUERIR UN CRÉDITO.

EN ESTE MISMO ESTUDIO SE INDICA EL PROCEDIMIENTO ACTUAL QUE SE MANEJA EN ESE MERCADO SOBRE RUEDAS EN EL QUE SOLAMENTE SE PUEDE ALCANZAR UN LÍMITE DE CRÉDITO QUE A VECES ES MENOR A LA CANTIDAD QUE SE NECESITA, POR LO QUE ES CONVENIENTE QUE EXISTA MÁS INFORMACIÓN AL RESPECTO PUESTO QUE ADEMÁS EN EL MERCADO NO SE TIENE DETERMINADO SI EL PRÉSTAMO ES POR UN

TIEMPO LÍMITE, EN CAMBIO UNA INSTITUCIÓN SE SABE QUE PUEDE SER A CORTO, MEDIANO O LARGO PLAZO, ASIMISMO LOS REQUISITOS MÍNIMOS NECESARIOS PARA OBTENER UN -- CRÉDITO.

7.- COMO CONCLUSIÓN DE LAS DEFINICIONES QUE NOS DAN LOS AUTORES MEXICANOS, QUE HAN INFLUIDO GRANDEMENTE EN LO QUE ES LA ADMINISTRACIÓN EN MÉXICO, SE DEDUCE QUE LA PLANEACIÓN ES LA FORMULACIÓN Y USO DE SUPOSICIONES BASADA EN HECHOS PASADOS, POR MEDIO DE OBJETIVOS, DE LA DETERMINACIÓN DE MÉTODOS CON ANTICIPACIÓN, CUIDANDO QUE SIGA LOS PRINCIPALES CUIDADOS QUE SIGA LOS PRINCIPIOS QUE LOS ORIENTEN, CON UNA SECUENCIA DE ACTIVIDADES CON ASIGNACIÓN DE TIEMPOS PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS.

ÉSTOS NOS AYUDAN A EVITAR TIEMPO OCIOSO Y POR LO QUE ADEMÁS SIRVEN DE BASE, PARA LA PLANEACIÓN, POR OTRA PARTE FACILITAN LA DELEGACIÓN DE AUTORIDAD, ASIMISMO EL CONTROL Y PUEDE INDICAR LA NECESIDAD DE CAMBIOS FUTUROS.

8.- ES IMPORTANTE QUE EL PEQUEÑO EMPRESARIO CONOZCA CUALES SON LAS TÉCNICAS QUE SON USADAS PARA REALIZAR LA PLANEACIÓN PORQUE PUEDE EN UN MOMENTO DE TERMINADO, HACER USO DE CUÁLES QUIERA DE ELLAS, APLICANDO LO QUE A SU CRITERIO LE SEA MÁS APLICABLE, O EN SU CASO CONTRATAR A UNA FIRMA CONSULTORA PARA SU APLICACIÓN ESPERANDO QUE EXISTE UNA MAYOR SEGURIDAD ES QUE VA A UTILIZAR LA TÉCNICA MÁS ADECUADA A SU PROBLEMA ESPECÍFICO.

ES IMPORTANTE SEÑALAR QUE HAY QUE TENER CUIDADO - CON ESTAS TÉCNICAS, PUEN AÚN CUANDO NO SON COMPLIADAS EN SU UTILIZACIÓPN SE REQUIERE DE CIERTA CAPACITACION PARA HACERLAS.

9.- EN CUANTO A LAS RELACIONES QUE DEBE TENER EL PEQUEÑO EMPRESARIO CON LOS EMPLEADOS, ES EN PRIMERA INSTANCIA TENER CONFIANZA EN LOS HOMBRES QUE LABORAN EN SU EMPRESA, YA QUE SI SE CARECE DE ELLA NUNCA PODRÁ DIRIGIRLOS Y LOS SISTEMAS DE CONTROL NUNCA SERÁN DIGNOS DE CONFIAR, UNO DE LOS ÉXITOS DE LAS

GRANDES ORGANIZACIONES ES QUE LA CAPACIDAD DE DIRIGIR NO ES MONOPOLIO DE UNOS CUANTOS, SINO QUE LA CAPACIDAD DE DIRIGIR ES COMUNICABLE, LO QUE SE PERSEGUE ES QUE EL TRABAJO RESULTE GRATO COMO PASO PREVIO A SUS PROPIOS OBJETIVOS.

POR OTRA PARTE TAMBIÉN ES IMPORTANTE QUE EL INDIVIDUO SEA CONCIENTE DEL TRABAJO QUE TENGA QUE DESARROLLAR, ES DECIR, AL LOGRAR OBJETIVOS DE LA EMPRESA - POSTERIORMENTE DESEARÁ LOGRAR SUS PROPIOS OBJETIVOS Y DE ESO DEBE ESTAR BIEN CONCIENTE EL GERENTE O DUEÑO DE LA EMPRESA PARA COADYUVAR AL LOGRO DE LOS OBJETIVOS MUTUOS.

10.- COMO OBSERVAMOS ANTERIORMENTE EN LA INVESTIGACIÓN QUE SE REALIZÓ LOS PEQUEÑOS EMPRESARIOS NO CONOCEN LAS TÉCNICAS, ADMINISTRATIVAS PARA UNA ADECUADA Y FORMAL ADMINISTRACIÓN, POR LO QUE SERÍA CONVENIENTE CONOCER LAS NOCIONES BÁSICAS DE LO QUE SON LOS PROBLEMAS, POLÍTICAS PROCEDIMIENTOS, PRESUPUESTOS ETC., LO CUAL HARÁ QUE ESTA INVESTIGACIÓN SIRVA DE BASE PARA QUE LAS TÉCNICAS DE PLANEACIÓN SE APLIQUEN Y SE ADECUEN A CADA UNO DE LOS ASPECTOS QUE SE VAYAN PRESENTANDO.

DE LA MISMA INVESTIGACIÓN RESULTÓ QUE EL 98% DE LAS PERSONAS ENTREVISTADAS QUISIERAN TENER UN LUGAR FIJO DONDE VENDER, LO ANTERIOR SE PUEDE LLEVAR A CABO A TRAVÉS DE UNA ADECUADA PLANEACIÓN DE SUS RECURSOS UNA BUENA ORGANIZACIÓN DE LOS MISMOS, ASÍ COMO TAMBIÉN UN BUEN CONTROL DE ELLOS, ES DECIR, APLICAR -- LAS ETAPAS MÁS IMPORTANTES DEL PROCESO ADMINISTRATIVO, DE LA MISMA MANERA ES IMPORTANTE MENCIONAR QUE DENTRO DEL CONTEXTO EN EL QUE SE ENCUENTRA EL PEQUEÑO EMPRESARIO ESTA LA INTERROGANTE DE CONTAR CON UNA PERSONA IDÓNEA PARA OCUPAR EL PUESTO DE UN EXPERTO EN CUESTIONES ADMINISTRATIVAS, LO CUAL RESULTARÍA -- EN UN BUEN FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA O NEGOCIO, ADEMÁS DE QUE AMPLIARÍA EL CAMPO DE TRABAJO PARA ESTOS PROFESIONALES, DEDICADOS A DESARROLLAR ANALIZAR DISEÑAR LOS SISTEMAS Y PROCEDIMIENTOS, ETC., EN LA EMPRESA A LA QUE PRESTE SUS SERVICIOS.

POR OTRA PARTE LAS AGRUPACIONES A LAS QUE PERTENECEN ESTOS PROFESIONALES DEBEN TENER CONTACTO CON -- AGRUPACIONES DE PEQUEÑOS EMPRESARIOS CON EL OBJETIVO DE CONTRATAR SERVICIOS DE ASESORAMIENTO, SERVI-

CIOS PROFESIONALES, CONSEJEROS, ETC., O EN SU DEFECTO LA CONTRATACIÓN DEFINITIVA DE ESTOS MISMOS PROFESIONALES PARA EL MANEJO DE SUS SISTEMAS Y PROCEDIMIENTOS ASÍ COMO PARA LA ORGANIZACIÓN DE SUS RECURSOS QUE POR ESCASOS SON IMPORTANTES.

POR ÚLTIMO ESTA INVESTIGACIÓN PUEDE SER UNA HERRAMIENTA ÚTIL PARA TODO EMPRESARIO DE UN MERCADO SOBRE RUEDAS, PARA CONOCER CUALES SON LAS TÉCNICAS QUE SE UTILIZAN PARA PLANEAR,, ASÍ COMO TAMBIÉN LA FUNCIÓN QUE DEBEN REALIZAR LOS DUEÑOS DE LAS EMPRESAS O FINALMENTE Y SIENDO PREOCUPACIÓN CONSTANTE DE LA LABOR QUE DEBEN REALIZAR LOS PEQUEÑOS EXISTE MUCHA INFORMACIÓN Y LITERATURA ACERCA DE LA ADMINISTRACIÓN DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS POR LO QUE ESTA INVESTIGACIÓN ES UN ESTIMULO PARA QUE ESTAS PERSONAS TOMEN CONSECUENCIA DE LO IMPORTANTE QUE ES LLEVAR UNA ADECUADA ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS DEL NEGOCIO O EMPRESA.

ASIMISMO, SE PRETENDE DESPERTAR LA INQUIETUD PARA QUE SE CONSULTE LA BIBLIOGRAFÍA QUE SOBRE EL TEMA SE HA EXMINADO, ESTA BIBLIOGRAFÍA SE ENCUENTRA AL FINAL DE ESTE ESTUDIO PARA CONSULTAR LO ANTES EXPUESTO.

- 11.- EL PEQUEÑO COMERCIANTE TIENE POCO O NULO MARGEN DE COMERCIALIZACIÓN EN LOS PRODUCTOS. DEBIDO A ESTO ES NECESARIA LA LIBERACIÓN DE PRECIOS PARA ESTIMULAR LA -- PRODUCCIÓN Y VENTA DE TODO TIPO DE PRODUCTOS BÁSICOS Y NO BÁSICOS , CON ESTO HABRÍA MAYORES EMPLEOS Y A SU VEZ TENDRÍAMOS MAYOR DEMANDA.
- 12.- SON NECESARIOS MÁS CRÉDITOS AL SEÑOR COMERCIAL PARA -- MODERNIZARLO Y EFICIENTARLO.
- 13.- PROMOCIÓN DE MÁS UNIONES Y COMPRAS DE LOS COMERCIANTES
- 14.- EL COMERCIO PRIVADO MEXICANO ATIENDE A TODOS LOS MEXICANOS SIN DISCRIMINACIÓN.

B I B L I O G R A F I A

- (1) AGUSTÍN REYES PONCE
"ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS"
TOMO UNO DE DOS
Ed. LIMUSA
- (2) APUNTES DE FINANCIAMIENTO
PROF.
1983
P.P. 43 A 47
- (3) BERNAL DIAZ DEL CASTILLO
"HISTORIA DE LA CONQUISTA DE LA NUEVA
ESPAÑA"
Ed. PORRUA
700 P.P.
- (4) CARLOS LLANO
"ANÁLISIS DE LA ACCIÓN DIRECTIVA"
Ed. LIMUSA
307 P.P.
- (5) CLIFTON H. KREPS, JR. RICHARD F. WACHT
"ADMINISTRACIÓN FINANCIERA"
1A. EDICIÓN Ed. BANCA Y COMERCIO
SEGUNDA PARTE
P.P. Z Y 4

- (6) CÓDIGO DE COMERCIO
COLECCIÓN PORRUA 34 EDICIÓN
588 P.P. MÉXICO 1978
- (7) BIS. DICCIONARIO PORRUA DE LA LENGUA ESPAÑOLA
22 EDICIÓN ED. PORRUA S.A.
MÉXICO 1982
- (8) FRANCISCO JAVIER LARIS CASILLAS
"ADMINISTRACIÓN INTEGRAL"
MÉXICO, ED. CONTINENTAL 1982
323 P.P.
- (9) FRANCISCO JAVIER LARIS CASILLAS
"EL FUTURO DEL MAÑANA DE MÉXICO"
MÉXICO ED. LIMUSA
130 P.P.
- (10) FRED LUTHANS
"INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN UN ENFOQUE
DE CONTINGENCIAS"
TRADUC. LIC. AGUSTÍN BARCENA MONTAÑEZ
MÉXICO, ED. MC. GRAW HILL 1980
445 P.P.
- (11) GEORGE TERRY
"PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN"
TRADC. ALFONSO VASSEUR WALLS, C.P.
MÉXICO, ED. CECSA 1978
879 P.P.

- (12) HAL PICKLE - PROYCE L ABRAHAMSON
"ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS PEQUEÑAS Y
MEDIANAS"
MÉXICO, ED. LIMUSA 1982
561 P.P.
- (13) HAROLD KOONTZ Y CYRIL ODonELL
"CURSO DE ADMINISTRACIÓN MODERNA"
Mc. Graw Will 6A. EDICIÓN
914 P.P.
- (14) ISACC GUZMÁN VALDIVIA
"LA DIRECCIÓN DE LOS GRUPOS HUMANOS"
ED. LIMUSA
238 P.P.
- (15) JOHN E. FREUNO - FRANK J. WILLIAMS
"ELEMENTOS MODERNOS DE ESTADÍSTICA EMPRESA-
RIAL"
TRADUCC. JESÚS MARÍA CASTAÑO CEBALLOS
E.E.U.U. ED. PRINCE - HALL INTERNATIONAL 1973
445 P.P.
- (16) JORGE ALVAREZ ANGUIANO
"AUDITORÍA ADMINISTRATIVA"
MÉXICO, ED. UNAM F.C.A.
119 P.P.
- (17) LEONARDO RODRIGUEZ
"PLANEACIÓN, ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE LA
PEQUEÑA EMPRESA"
TOMO UNICO
E.E.U.U. ED. SOUTH WESTERN DUBLISHING Co.
237 P.P.

- 18) "PEQUEÑA Y MEDIANA INDUSTRIA"
NACIONAL FINANCIERA
MENSUAL
MÉXICO, D.F.
No 3, NOV-DIC 1980
- 19) PERFIL DEL COMERCIANTE
CONFEDERACIÓN DE CÁMARAS DE COMERCIO
49 P.P.
- 20) SERGIO HERNÁNDEZ Y RODRÍGUEZ - NICOLÁS BALLESTEROS
"FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN"
MÉXICO, ED. INTERAMERICANA 1980
413, P.P.