



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLAN

IMPORTANCIA DE LA ADMINISTRACION PARA CREAR
Y DESARROLLAR UNA MICROEMPRESA

TRABAJO PROFESIONAL

PARA OBTENER EL TITULO DE :

LICENCIADO EN ADMINISTRACION

PRESENTA:

EDEL SANCHEZ VAZQUEZ

ASESOR: L.A.E. FELIX PEREZ RIVERA



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.



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.



Dedico este trabajo profesional a:

DIOS:

Por darme la oportunidad de existir en este mundo y por rodearme de una familia maravillosa, Bendito Seas SEÑOR

MIS PADRES:

A ti Papá

Por haberme dado la vida y el privilegio de ser tu Hijo, por haberme colmado de Amor, Cariño y Felicidad en cada momento de mi vida, por ser mi orgullo y el guía de mis acciones.

A ti Mamá

Por el inmenso Amor que me has dado, por la confianza que has depositado en mí, porque cada instante de mi vida procuras que sea el mas feliz.

A LOS DOS

Con todo mi amor, porque me apoyaron con el esfuerzo, dedicación y consejos a terminar una carrera profesional; la cual representa para mí la mejor de las herencias y por continuar ofreciéndome todo lo que aun no merezco

MUCHAS GRACIAS POR DARME LA VIDA



MI ASESOR

Te doy las Gracias por todo el Apoyo y la Confianza que has depositado en mí, por creer en mi proyecto. Eres una persona que le dedica tiempo y esfuerzo desinteresadamente a los demás, por eso y mucho más, te lo agradezco por siempre.

MIS HERMANOS

Por su apoyo incondicional, eso me motivo para terminar mis estudios profesionales

MI ESPOSA

Por el apoyo que me diste desde que éramos novios y hasta ahora

TE AMO

MIS HIJAS

LAS AMO

MI FAMILIA Y AMIGOS

GRACIAS por su Amistad Sincera y su Apoyo incondicional.

MIS AMIGOS UNIVERSITARIOS

GRACIAS por su Amistad Sincera porque hombro a hombro sacamos nuestra carrera adelante.

MI UNIVERSIDAD

Con mi reconocimiento a esta Universidad y mis Profesores

GRACIAS



IMPORTANCIA DE LA ADMINISTRACION PARA CREAR Y DESARROLLAR UNA MICROEMPRESA

1.- DESCRIPCION DEL DESEMPEÑO PROFESIONAL

1.1 DATOS GENERALES

EDEL SANCHEZ VAZQUEZ

Duraznos No. 63

Col. Santa Inés,

Azcapotzalco, c.p. 02140,

México, D.F.

Edad : 45 años

Fecha de Nacimiento: junio 23, 1962

Estado Civil: Casado

1.2 FORMACION ACADEMICA PROFESIONAL

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FES CUAUTITLAN (LIC. EN ADMINISTRACION)

De 1983 – 1987



1.3 CURSOS Y DIPLOMADOS

- ADMINISTRACIÓN DE VENTAS:
- SERVICIO AL CLIENTE:
- EQUIPO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

1.4 HABILIDADES LABORALES

- Atención al Cliente
- Administración de Ventas
- Desarrollo de Proveedores
- Recuperación de Cartera



1.5 EXPERIENCIA PROFESIONAL

Equipos Automotrices Nacionales, S.A. de C.V.

Puesto: Inspector en Control de Calidad

De 1979 a 1983

Plásticos Laminados, S.A. de C.V.

Puesto: Laboratorista

De 1983 a 1987

Automotores Azcapotzalco, S.A. de C.V.

Puesto: Ejecutivo de Ventas

De 1987 a 1988

Distribuidora San Martín

Puesto: Gerente de Ventas

De 1988 a la Fecha



TEMARIO

	Pag.
INTRODUCCION	
TEMA I CONCEPTO Y CLASIFICACION DE LAS EMPRESAS	
1.1 Concepto de Empresa	7
1.2 Clasificación de las Empresas	8
1.3 Clasificación por Sector Económico	11
1.4 Clasificación por Origen del Capital	13
1.5 Clasificación por su Mercado	14
1.6 Clasificación por su Magnitud	15
TEMA II CONCEPTO DE ADMINISTRACION Y PLANEACION ESTRATEGICA	
2.1 Concepto de Administración	20
2.2 Concepto de Proceso Administrativo	22
2.3 Concepto de Planeación Estratégica	26
2.4 Importancia de la Planeación Estratégica	26
2.5 Proceso de la Planeación Estratégica	28
TEMA III ANTECEDENTES DE LA MICRO EMPRESA	
TEMA IV HERRAMIENTAS ADMINISTRATIVAS QUE PERMITIERON LA CREACION Y DESARROLLO DE LA MICRO EMPRESA.	



INTRODUCCION

La situación actual a la que México se enfrenta ante la apertura comercial y a la formación de diferentes bloques económicos en el ámbito internacional han dado origen a nuevos retos, no solo para las grandes empresas sino para las micro empresas, las cuales requieren de aprovechar al máximo de sus potencialidades, para así poder competir con el mercado que se les presenta.

En México, es muy común que las microempresas estén constituidas por una o dos personas, o por familiares, lo que muchas veces ocasiona que no exista una precisa delimitación de funciones, debido a que en la mayoría de los casos el dueño o propietario del negocio es el hombre orquesta, es decir el compra, almacena, vende, cobra.

En este trabajo mostrare el desarrollo de una microempresa comercial y la distribución de productos para la industria de la transformación, asimismo describiré la problemática a la que se enfrenta durante diferentes periodos como las herramientas administrativas que se utilizaron para lograr sus objetivos



TEMA I

CONCEPTO Y CLASIFICACION DE LAS EMPRESAS

Los hombres en la antigüedad se organizaban en pequeños grupos para la caza de animales, para poder alimentarse y vestir o para construcción de sus casas, y desarrollar diferentes actividades.

Las empresas fueron creadas por el hombre con el fin de satisfacer múltiples necesidades y haciendo uso de distintas técnicas para lograr un objetivo común.



1.1 CONCEPTO DE EMPRESA

Es una institución para el empleo eficaz de los recursos mediante una Junta Directiva para mantener y aumentar la riqueza de los Accionistas y proporcionar seguridad y prosperidad a los empleados

Es un grupo social en el que a través de de la Administración del Capital y el Trabajo reproducen bienes y/o servicios para satisfacer las necesidades de la comunidad.

Para poder analizar a las empresas es necesario clasificarlas de acuerdo a sus actividades que desarrollan

La clasificación de las empresas nos permite tener una gama muy amplia de la gran cantidad de empresas que han surgido.

Las empresas que se han seleccionado y clasificado, son las más importantes para la investigación que a continuación se presenta.



1.2 CLASIFICACION DE LAS EMPRESAS.

1.2.1 - POR SU ACTIVIDAD O GIRO.

Las empresas pueden clasificarse, de acuerdo con la actividad que desarrollen, en

1.-INDUSTRIALES

Este tipo de empresas se caracterizan por su actividad principal, la producción de bienes a través de la transformación y/o extracción de materias primas. Estas a su vez se pueden clasificar en:

- a) Extractivas: Se dedican a la explotación de recursos naturales que son indispensables para la subsistencia del hombre, ya sea de recursos renovables o no renovables Ejemplo: Pesqueras, Madereras, Mineras, Petroleras



b) Manufactureras: Estas transforman las materias primas en productos terminados y se dividen en dos subcategorías:

- Bienes de Consumo o Uso Final. Estas empresas producen bienes que satisfacen de manera directa las necesidades del consumidor, Ejemplo: Productos alimenticios, prendas de vestir, aparatos y accesorios eléctricos
- Bienes de Producción. Estas empresas fabrican maquinaria y equipo necesarios para la operación Ejemplo: Maquinaria, herramientas, equipos.

c) Agropecuarias: Su actividad es la explotación de la agricultura y la ganadería.

2.-COMERCIALES.

a) Mayoristas: Su actividad es realizar ventas a gran escala a empresas minoritarias y estas a su vez lo distribuyen al consumidor final.

b) Minoristas o detallistas: Estas empresas venden los productos al menudeo o en cantidades pequeñas directamente al consumidor.



- c) Comisionistas: Venden mercancías que están en consignación, percibiendo por esta función una comisión.

3.- DE SERVICIO.

Este tipo de empresas proporcionan diferentes servicios de acuerdo a las necesidades del mercado y se subdividen:

- Transporte
- Turismo
- Instituciones Financieras
- Servicios Privados Varios: Asesora, Servicios Contables, Jurídicos, Administrativos.
- Promociones y Ventas.
- Agencias de Publicidad
- Educación
- Salubridad (hospitales)
- Finanzas, Seguros



I.3 POR SECTORES ECONOMICOS.

Las empresas pueden clasificarse de acuerdo al sector de la economía en que se desarrolla su actividad y se clasifican en:

- 1.- Primario: Aquellas cuya actividad económica consiste en obtener recursos naturales o la explotación agrícola-ganadera Ejemplo: Mineras, petroleras, pesqueras, agrícolas, ganaderas.

- 2.- Secundario: Aquellas cuya actividad consiste en la transformación de materias primarias en bienes de consumo o en inversión Ejemplo: Textiles, Constructoras, Alimenticias. Automotrices, Metalúrgicas.

- 3.- Terciario: Aquellas que se dedican a comprar y vender bienes y/o prestar servicios Ejemplo: Bancos, Telecomunicaciones, Correos, Distribuidoras, Seguros, Comercios.

El Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) dentro de sus funciones para clasificar a las empresas llevando a cabo censos económicos para captar, procesar y divulgar información básica del territorio nacional, sobre los establecimientos productores de bienes, comercializadores de mercancías y presentadores de servicio, concretamente de la información económica de las unidades que realizan las actividades integrantes de la industria, comercio o servicios.



Descripción de la Clasificación por Sectores:

CLASIFICACION	ACTIVIDAD	COMPRENDEN
Primarias	Extracción de recursos naturales que se encuentran en: el suelo, el agua, la flora y la fauna.	Agricultura, Ganadería, Silvicultura, Caza y Pesca, Minería, Extracción de Petróleo.
Secundarias	Transformación de diferentes materiales para obtener otro producto.	Acero en barra o lámina, plásticos, papel y madera.
Terciarias	Actividades que requieren las primarias y secundarias.	Comercio, Transportes y Comunicaciones, servicios financieros, de administración y alquiler de bienes muebles e inmuebles, hoteles y restaurantes, profesionales, técnicos y personales.



Descripción del Sector Manufacturero

SECTOR	ACTIVIDADES
Manufacturero	Transformación de productos o sustancias, a través del uso de maquinaria o con la mano de obra manual o con la ayuda de maquinas, realizado
Comercial	Se dedican a la compra y venta de productos al mayoreo y menudeo.
Servicios	Prestan servicios financieros, administrativos, técnicos, de comunicación, de transporte y accesorios.

1.4 POR EL ORIGEN DEL CAPITAL.

Las empresas pueden clasificarse dependiendo el origen de las aportaciones del capital y de quien dirigen sus actividades en:

- 1.- Públicas: en donde el capital pertenece al estado y su finalidad es satisfacer necesidades de carácter social.



2.- Privadas: El capital es de procedencia de inversiones particulares y su finalidad es lucrativa y se dividen en:

- Nacionales: Cuando el capital es nacional.
- Transnacionales: Cuando el capital es de origen extranjero y las utilidades retornan a los países de origen.

3.- Mixtas: El capital es aportado por inversionistas nacionales y extranjeros.

1.5. POR SU MERCADO

De acuerdo a su mercado, las empresas pueden clasificarse de acuerdo al área geográfica que abarquen como:

- a) Local. Cuando su ámbito comercial solo cubre la localidad donde se encuentra la empresa.
- b) Regional. Cuando abarcan varias localidades integradas en una región geográfica.
- c) Nacional. Cuando las transacciones comerciales se desarrollan en todo el país.
- d) Mundial. Cuando las transacciones que realiza a nivel internacional, es decir, entre los diversos países.



1.6 POR SU MAGNITUD.

En esta clasificación se considera el número de empleados y las ventas anuales.

MICRO: Hasta 15 empleados y ventas de hasta 2.5 millones de pesos anuales.

PEQUEÑA: De 16 a 100 empleados y ventas de hasta 25 millones de pesos anuales y

MEDIANA: de 101 a 250 empleados y ventas de hasta 55 millones de pesos anuales



CRITERIO SEGÚN NACIONAL FINANCIERA, S.A. (NAFINSA)

Clasificación de NAFINSA dependiendo del número de empleados:

ESTRATO	INDUSTRIAL	COMERCIAL	SERVICIOS
Micro Empresa	1-30	1-50	0-10
Pequeña Empresa	31-100	6-20	11-50
Mediana Empresa	101-500	21-100	51-100
Gran Empresa	501 en adelante	101 en Adelante	101 en Adelante

Además de la anterior clasificación NAFINSA, emitió un listado de las industrias mexicanas dentro de la economía nacional, la cual mencionamos a continuación:



Clasificación de NAFINSA de acuerdo a su actividad

1.- Industrias primarias que abastecen a otras industrias nacionales.

- Energía Eléctrica
- Petróleo
- Gas
- Carbón
- Extracción de Minerales Metálicos
- Extracción de Minerales para Productos Químicos
- Extracción de Madera
- Ganadería
- Pesca



2- Industrias de Producción Intermedia que crean demanda para múltiples industrias nacionales a la vez que abastecen a otras industrias

- Productos de Petróleo
- Productos de Carbón
- Hierro y Acero
- Productos Químicos
- Papel y Productos de Papel
- Materiales de Construcción
- Textiles

3.- Servicios necesarios para el desarrollo industrial

- Transportes
- Comunicaciones
- Depósitos y Almacenes
- Obras Públicas
- Bancos y Otras Instituciones Financieras
- Otros Servicios.



4.- Industrias de Bienes que crean demanda para numerosas industrias nacionales

- Productos Alimenticios
- Bebidas
- Tabaco
- Calzado y Prendas de Vestir
- Muebles y Accesorios
- Madera y Corcho
- Productos de Corcho y Caucho
- Productos Minerales no Metálicos
- Productos Metálicos
- Maquinaria
- Aparatos y accesorios Eléctricos
- Equipo de Transporte
- Industrias Manufactureras diversas



TEMA II

CONCEPTO DE ADMINISTRACION Y PLANEACION ESTRATEGICA

La palabra Administración viene del latín *Admiistratione*, que significa acción de administrar. Y termino administrar esta compuesto por *ad* y *ministrare*, que significa conjuntamente servir, llevando implícito en su sentido que es una actividad cooperativa.

2.1 CONCEPTO DE ADMINISTRACION

Es el conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia en las formas de estructurar y manejar un órgano social.

Es un conjunto de actividades para la realización de un trabajo para lograr un bien determinado

Es un proceso de reglas para planear, organizar e integrar y mantener una buena relación de trabajo en grupo para alcanzar un fin determinado.



Características de la Administración.

- 1.- *Universalidad de la Administración*, Henry Fayol la destaca como la actividad común a todas las organizaciones humanas y aplicables a toda actividad de grupos ya sea “la casa”, “por negocios” y que por lo mismo, es “universal”.
- 2.- *Valor instrumental*, la administración es eminentemente práctica y resulta ser un medio para lograr un fin.
- 3.- *Amplitud de Ejercicio*, la administración se aplica en todos los niveles de una organización formal.
- 4.- *Especificidad*, aunque la administración se auxilie de otras ciencias y técnicas, tiene características propias que proporcionan su carácter específico.
- 5.- *Interdisciplinaria*, la administración es a fin a todas aquellas ciencias y técnicas relacionadas con la eficiencia en el trabajo.



6.- Flexibilidad, Los principios administrativos se adaptan a las necesidades propias de cada grupo social en donde se aplican.

2.2 CONCEPTO DE PROCESO ADMINISTRATIVO.

Con el fin de comprender y aplicar mejor la administración es conveniente separar aquellos elementos que forman parte del proceso, porque de esa manera se pueden establecer mejor sus etapas, principios, reglas y técnicas.

Es el conjunto de fases y etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se inter-relacionan y forman un proceso integral.

El proceso administrativo se divide en:

- a) Previsión
- b) Plantación
- c) Organización
- d) Integración
- e) Dirección
- f) Control



Previsión

Es el elemento de la administración en el que se determinan los principales cursos de acción que nos permitirán realizar los objetivos de la misma.

Planeación

Es fijar el curso de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo y las determinaciones de tiempos y recursos necesarios para su realización.

Organización se define como:

Consiste en la estructuración técnica de las relaciones que deben existir en la empresa:

Funciones, Niveles y Actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados.



Integración

Es obtener y articular los elementos materiales y humanos que la organización y la planeación señalan como necesarios para el adecuado funcionamiento de un organismo social.

Dirección

Es el elemento en que se logra la realización efectiva de todo lo planeado por medio de la autoridad del administrador ejercida a base de decisiones ya sean tomadas directamente, delegando dicha autoridad y se vigila que se cumplan de la forma adecuada todas las ordenes emitidas.

Control:

Consiste en el establecimiento de sistemas que nos permitan medir resultados actuales y pasados en relación con los esperados, con el fin de saber si se ha obtenido lo que se esperaba, corregir, mejorar y formular planes.



PROCESO ADMINISTRATIVO

FASE	ELEMENTO	PREGUNTA
M		
E	Previsión	¿Qué puede hacerse?
C		
A		
N	Planeación	¿Qué se va a hacer?
I		
C		
A	Organización	¿Cómo se va a hacer?
D		
I	Integración	¿Con que se va a hacer?
N		
A		
M	Dirección	Ver que se haga
I		
C		
A	Control	¿Cómo se ha realizado?



2.3 CONCEPTO DE PLANEACION ESTRATEGICA

La plantación estratégica es un proceso que permite seleccionar las metas de una organización, determinar las políticas y programas necesarios para lograr los objetivos específicos y el establecimiento de los métodos para asegurar que se pongan en práctica las políticas y programas estratégicos.

La planeacion estratégica es el proceso formalizado de planeacion a largo plazo el cual se utiliza para definir y alcanzar las metas de la organización.

2.4 IMPORTANCIA DE LA PLANEACION ESTRATEGICA

La Planeación Estratégica es importante porque marca el paso que la empresa debe seguir y la proyecta hacia nuevos horizontes. Resulta indispensable en la sobrevivencia de las organizaciones modernas independientemente de su magnitud y estructura. Generalmente se realiza a corto, mediano y largo plazo.

A continuación se exponen razones que fundamentan la importancia y por consecuencia, la implantación de la Planeción Estratégica:



1. Permite la incursión mediante la investigación hacia campos de investigación distintos a lo tradicional, esto es, minimizando el riesgo se lanza a lo desconocido. Muchos negocios han ido a la bancarrota por no salirse de lo tradicional, de lo conocido y acostumbrado; han referido esto, que aceptar el cambio, la innovación.
- 2.-Da cabida a lo dinámico, obligado a experimentar con nuevas ideas y conceptos. Logrando de esta manera sobrevivir y procurar su estabilidad.
- 3.-La investigación y desarrollo de la empresa actual es la base fundamental de la Planeación Estratégica asegurando el futuro del negocio, orientándolo hacia un fin predeterminado.
- 4.-Con la planeación para capacitar, se logra la liberación de la limitante experiencia personal acumulada en una empresa, permitiendo la toma de decisiones, pues ya no tiempo suficiente en nuestros días para acumular experiencia a través de los años.
- 5.-La planeación Estratégica requiere mecanismos inherentes de control y evaluación que le sirven de retroalimentación.



2.5 PROCESOS DE LA PLANEACION ESTRATEGICA

En gran medida, la naturaleza y el tamaño de una organización determinan el tipo de proceso de planeación que aplica. Así el proceso que utiliza en una corporación diversificada generalmente será distinto al que se emplea en una compañía de un solo negocio. La corporación diversificada comercializa diferentes productos en varios lugares por lo cual ha de tener presentes muchas mas variables de su ambiente externo, además de la competencia demandada de sus unidades. En cambio, la compañía de un solo negocio afronta una situación menos compleja y puede darse el lujo de emplear procedimientos de planeación estratégica menos formales.



LOS TRES NIVELES DE ESTRATEGIA.

Arthur A. Thompson y A. J. Strickland describen tres niveles de estrategia: Corporativo, Línea o unidad de negocios y área funcional.

- 1.- Estrategia a nivel corporativo. Esta estrategia la formula la alta gerencia para dirigir los intereses y operaciones de la organización que contienen más de una línea de negocios. Estas son las dos preguntas mas importantes en este nivel: ¿A que clase de negocios debe dedicarse la compañía?, ¿y como han de asignarse los recursos entre ellos? Los planificadores de estrategia del corporativo, generalmente miembros de la alta gerencia, deben abordar una serie mas de preguntas tales como: ¿Qué negocios debemos hacer y cuales debemos dejar?, ¿A que clientes debemos servir?, ¿Qué tecnologías se deben utilizar? La estrategia en este nivel se concentra en las acciones que esta efectuando tal organización total y que debería realizar, tratando además de determinar las funciones que cada actividad esta desempeñando y debería desempeñar en la organización.



- 2.- Estrategia de unidad de negocios. Esta estrategia se ocupa de la administración de los intereses y operaciones de un negocio en particular. Trata con preguntas tales como las siguientes: ¿Cómo competirán los negocios dentro de su mercado?, ¿De que manera deberán ser administradas las diversas funciones a fin de satisfacer las metas del mercado? La estrategia de la unidad de negocios intenta determinar el enfoque que debe aplicarse a su mercado y como debe conducirse un negocio, teniendo presentes los recursos y las condiciones del mercado.

- 3.- Estrategia a nivel funcional. Esta estrategia crea el marco de referencia para la administración de funciones entre ellas, finanzas, investigación y desarrollo, mercadotecnia, de modo que ellas conforman la estrategia a nivel de unidad de negocios. Por ejemplo, si la estrategia a nivel de negocios exige el desarrollo de un producto nuevo, el departamento de investigación y desarrollo elaborara planes sobre la manera en que ese producto será desarrollado.



TEMA III

ANTECEDENTES DE LA MICROEMPRESA

La Empresa inicio actividades en 1988, teniendo como objetivo dar servicio a aserraderos y a la Industria Mueblera y Carpinterías ofreciendo productos como: Sierra Cinta, Circulares, el servicio de afilado y brocas para Router.

El equipo de trabajo con el que inicio actividades fue un escritorio una mesa de trabajo, un teléfono y un automóvil.

En 1989 siguió la empresa vendiendo productos para la industria de la madera pero pronto detectamos que esta industria estaba decayendo ya que toda la madera tenia procedencia clandestina y poco a poco se fue dejando de dar servicio a estas empresas y se enfoco a la industria metal-mecánica que requería de los siguientes productos: equipo de seguridad personal, herramienta de corte y herramienta en general.



En 1991 la cartera de clientes se incremento paulatinamente en el mercado, de esta manera se pudieron fijar objetivos de venta, a su vez se siguió dando servicio a los pocos clientes que se tenían en la venta de sierras y afilado.

Con el incremento de actividades fue necesario contratar los servicios de una secretaria y la contratación de otra línea telefónica e instalar una oficina y un pequeño almacén.

Para 1992 se presento la oportunidad de incrementar productos como maquinas de soldar y soldadura de la marca Lincoln Electric Mexicana, S.A. de C.V. ya que esta empresa nos dio la oportunidad de entrar al mercado de la soldadura otorgándonos una distribución exclusiva, pero con la condición que se les comprara de 5 toneladas en adelante y se acepto el reto, y así fue como la empresa incursiono en el mercado de la soldadura.

Es importante señalar que en ese momento la situación en el mercado era muy por la competencia de las diferentes marcas y Lincoln ofrecía sus productos a un precio mayor que los demás.



En este año la Secretaria de Hacienda y Crédito Público, nos realizo una auditoria Fiscal que tuvo una duración de un año, lo cual obstaculizo las actividades y crecimiento de la empresa.

También se desarrollaron clientes de la industria de la construcción los cuales utilizaban gran cantidad de diversos tipos de soldadura, equipos para soldar, consumibles y equipo de seguridad personal.

En 1993, se establecieron metas y objetivos para seguir creciendo en el mercado de la soldadura y se contratan los servicios de la Sección Amarilla, ya que en ese momento este medio permitía llegar o tener contacto con clientes potenciales.

En 1994, fue un año de transición en el poder el cual trajo muchos problemas a la industria metal-mecánica, la industria del acero y la industria de la construcción. Otro problema fue la devaluación y esto provoco que la industria en general se viniera abajo, las empresas empezaron a trabajar de 2 a 3 días por semana y algunas cerraron temporalmente



En 1995, en este año las cosas empezaron a cambiar y se empezó a vender a la industria automotriz ya que la industria de la construcción y el acero quedaron muy dañadas después de la devaluación de 1994, posteriormente se incrementaron algunos productos como soldaduras especiales acero inoxidable, aluminio y bronce.

En 1996 se adquirió un terreno y se construyeron la instalaciones necesarias para el desarrollo de las actividades de la empresa, también se incremento la línea de productos de tornillería y material eléctrico, como parte de proporcionar un buen servicio al cliente.

Para poder satisfacer las necesidades de los clientes fue necesario tomar cursos de actualización sobre los nuevos productos y servicios que se ofrecían en el mercado de la soldadura, lo cual permitió soportar el crecimiento de la empresa.

En 1997, en este año la empresa se dedico a abrir otros mercados sobre procesos automáticos y semiautomáticos de soldadura ya que algunos de los clientes estaban automatizando sus líneas de producción.



En 1998 la empresa cumplió 10 años en el mercado y se fijaron nuevas metas y objetivos ya que era muy importante seguir vendiendo soldadura y maquinas para soldar a todo tipo de industria, en ese tiempo ya se hablaba de la globalización.

En este año se apertura una sucursal cuyo objetivo era venta al publico de los productos que se comercializaban, esta sucursal estuvo abierta aproximadamente año y medio, pero no tuvo éxito debido a diferentes factores tales como: rentas elevadas, robos, y excesivos tramites y reglamentos de gobierno, por lo que se tuvo que cerrar.

1999 En este año se consolido una empresa fuerte con objetivos claros y contundentes por otra parte se incremento la reparación de maquinas de soldar con el objeto de atraer mas clientes para seguir ampliando el mercado.

En el año 2001 La empresa empezó a darse cuenta que necesitábamos vender otro tipo de productos para seguir creciendo y es como se ofrecieron estos nuevos productos a nuestros clientes para seguir incrementando nuestras ventas.



En el 2002, se incrementaron algunos otros servicios, como la reparación de maquinas de soldar con el objeto de atraer mas clientes y seguir ampliando nuestro mercado. En este año se empezaron a vender otros productos para dar servicio a todo tipo de negocios y se empezaron a vender artículos de limpieza y jarcería, al agregar estos productos obviamente las ventas se incrementaron ya que la empresa necesitaba tener alguna otra entrada para sanear sus finanzas porque el mercado de la soldadura tuvo una caída.

. En 2003 las ventas de soldadura empezaron a recuperarse y los nuevos productos incrementaron su demanda con nuestros clientes, lo que permitió tener una estabilidad en la empresa.

En 2004 nos empezamos a dar cuenta que al tener varias líneas de productos nos creó conflictos con nuestros clientes, ya que en algunos casos sus políticas no permitían que se compraran diferentes materiales a un mismo proveedor y tuvimos que analizar los beneficios que se obtenían de cada línea de productos y eliminar algunos que su venta y utilidad eran de bajo volumen, y entonces tuvimos que dar de baja los productos de limpieza y jarcería.



En 2005 se contrato el servicio de Internet a través de la sección amarilla y se empezaron a promover los productos y servicios de la empresa en revistas relacionadas con el ramo

En 2006, en este año se intento traer soldadura y consumibles de la República de Corea ya que según su costo de venta era muy atractivo, pero en el momento que empezamos a hacer un análisis de gastos e impuestos aduanales nos dimos cuenta que su costo de venta se elevaba de tal forma que era incosteable traerlo ya que nuestro país no tiene relaciones comerciales con Corea por esa razón el costo de venta era alto.

Mejor decidimos seguir incrementando nuestras ventas por medio de Sección Amarilla para darle mayor auge a nuestros productos nacionales

2007, En este año empezamos la renta de maquinas para soldar y mantenimiento a estas maquinas a toda la industria de la construcción.



TEMA IV.

HERRAMIENTAS ADMINISTRATIVAS QUE PERMITIERON LA CREACION Y DESARROLLO DE LA MICRO EMPRESA.

Para establecer este negocio lo primero fue hacer una investigación de mercados de acuerdo con los recursos conocimientos y experiencia con la que contábamos en ese momento.

Como resultado de la investigación de mercados nos dimos cuenta que estábamos rodeados de zonas industriales que requerían de diferentes productos y servicios para su operación.

Decidimos buscar un lugar para establecer la oficina y analizar lo que necesitábamos para poder empezar a laborar, se adquirirlo una línea telefónica, un escritorio y un automóvil.

En consecuencia empezamos a promovernos con las empresas de la zona por medio de cartas y tarjetas de presentación de los productos que ofrecíamos y a su vez darnos a la tarea de localizar algunos proveedores que nos pudieran suministrar los productos que necesitaban nuestros clientes.



Se desarrollo la gestión para dar de alta el negocio ante hacienda y algunas otras dependencias de gobierno, posteriormente se mandaron imprimir facturas, remisiones, pedidos, contra recibos y tarjetas de presentación individual, para poder tener un registro de actividades y recursos fue necesario establecer los siguientes controles:

Control de Facturas de Clientes

Control de Facturas de Proveedores

Control de Cuentas por Pagar

Control de Cuentas por Cobrar

Estado de Cuenta de Bancos

Control de Ordenes de Compra

Control de Ordenes de Requisición

La recopilación e integración de la información en un principio se realizo en forma manual y posteriormente se adquirió una computadora para poder concentrar la información en diferentes paquetes.

En el año de 2005, se compro el sistema SAE, el cual ya tiene diseñado módulos integrales que permiten recopilar más información al detalle.



SAE (SISTEMA ADMINISTRATIVO EMPRESARIAL)

Es un sistema que recopila, integra y estructura información sobre las actividades de una empresa a través de reportes y gráficas que proporciona todo tipo de facilidades para el completo aprovechamiento de la información generada.

CONCEPTO

Es un sistema de computo que permito lograr una optima automatización del proceso administrativo, facilitando la realización de las principales operaciones de compra- venta de una empresa.

MODULOS DEL SAE

Este sistema está integrado por 6 módulos donde están configuradas las principales funciones.



MODULOS QUE INTEGRAN EL SAE

Clientes y Cuentas por Cobrar: Concentra la información de operaciones relacionadas con los clientes y las cuentas por cobrar de la empresa.

Facturas y Vendedores: Te permite generar todos los documentos de venta y llevar un control del catalogo de vendedores y las políticas de oferta, entre otras múltiples operaciones.

Proveedores y Cuentas por Pagar: Contiene las operaciones principales relacionadas con los proveedores, proporciona un seguimiento completo a los cargos y abonos y permite enviar información al sistema Aspel Bando para la programación de cheques.

Compras: Contempla las operaciones básicas en el ciclo de compra, como ordenes de compra, recepciones de mercancía y devoluciones.

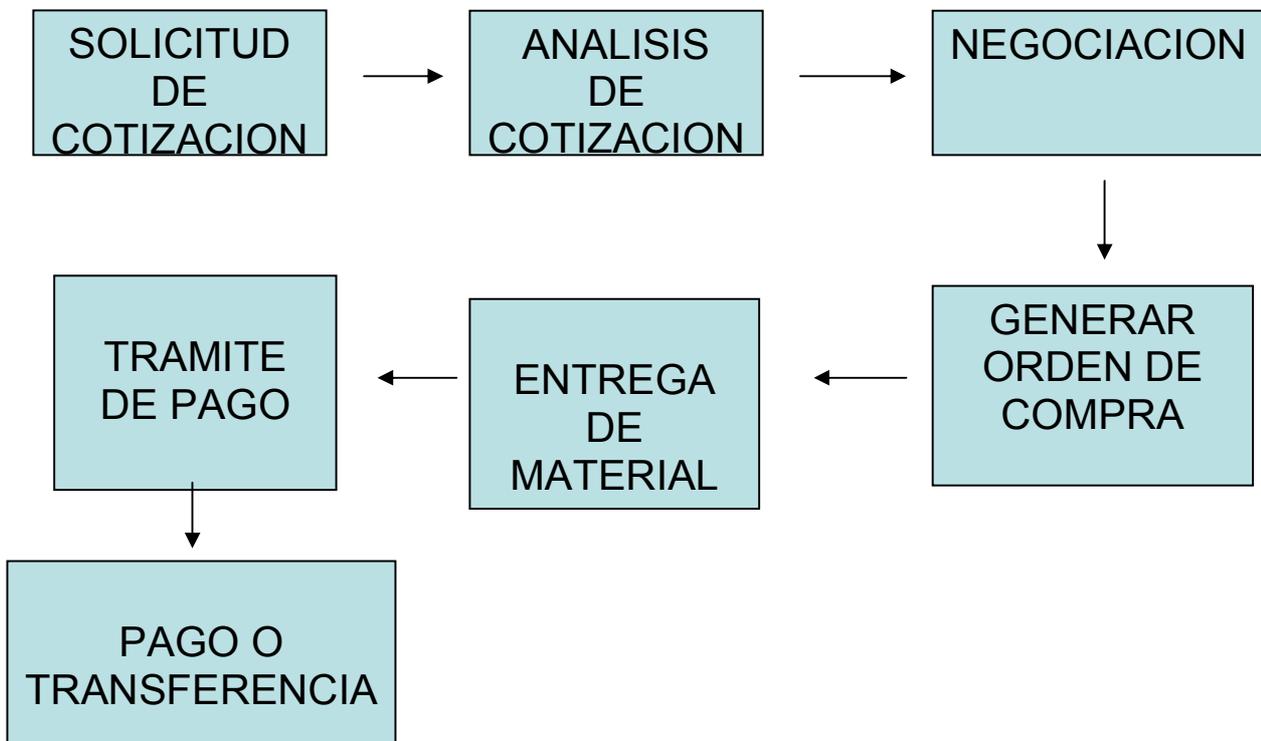
Inventarios: Concentra funciones diversas para el manejo de productos y servicios de la empresa, como: Control de números de serie, Distribución y manejo de existencias en varios almacenes.



Estadísticas: Ofrece todas las herramientas necesarias para explotar la información de la empresa. (Consultas selectivas, estadísticas, comparativas, gráficas)



PROCESO DE COMPRAS





**ESTROBOS
CABLES Y
SLINGAS, S.A. DE C.V.**
COTIZACION

GERMAN BAZ NO. 13-A
LOMAS DE SAN JUAN IXHUATEPEC
54180, TLALNEPANTLA, EDO MEXICO
TELS. FAX. 57-69-18-25; 57-15-45-34
RFC. ECE-010822-D51
napoleonsanchez@prodigy.net.mx

EMPRESA MARIA DEL SOCORRO GUERRERO HERNANDEZ
ATENCION LIC. EDEL SANCHEZ

FECHA 23-07-08
TEL. 53 19 65 55
FAX 53 19 62 79

AGRADECIENDO SU SOLICITUD PRESENTO A USTED LA SIGUIENTE COTIZACION

CANT	UNID	DESCRIPCION	P. UNITARIO	TOTAL
50	pzas.	ESTROBOS DE CABLE DE ACERO DE 1/8" X 1mt. CON BANDOLA GIRATORIA	58.00	2,900.00
50	pzas.	ESTROBOS DE CABLE DE ACERO DE 1/8" X 50cms. CON CASQUILLO	15.00	750.00

TIEMPO DE ENTREGA: INMEDIATA	SUBT	3,650.00
CONDICIONES : 8 días	DESC.	0.00
PRECIOS M. N. MAS IVA	SUBTOTAL	3,650.00
DESCUENTO	IVA	547.50
LAB ZONA METROPOLITANA D.F.	TOTAL	4,197.50

PEDIDOS FORANEOS: FLETE X COBRAR CON SEGURO

***** TODA DEVOLUCION CAUSA CARGOS POR EL 20%

NO SE ACEPTAN DEVOLUCIONES EN CORTES DE CABLE Y TRABAJOS ESPECIALES

*****PRECIOS SUJETOS A CAMBIO*****

AL CONFIRMAR FAVOR DE ENVIAR PEDIDO POR ESCRITO Y COPIA DE CEDULA R.F.C. CON DATOS PARA FACTURACION

DEPOSITOS: **BBVA BANCOMER Cuenta No. 00109441174 CLABE 012-180-00109441174-5**
HSBC Cuenta No. 4034735951 CLAVE 021-180-004034735951-9 A NOMBRE DE
ESTROBOS, CABLES Y ESLINGAS, S.A. DE C.V.

ESPERANDO PODER ATENDERLE, QUEDO CORDIALMENTE A SUS ORDENES

SR. NAPOLEON SANCHEZ VAZQUEZ



GERMAN BAZ No. 13-A,
LOMAS DE SAN JUAN IXHUATEPEC
TLALNEPANTLA, EDO. DE MEX. C.P. 54180
TEL/FAX: 57-69-18-25 57-69-51-92 y 57-15-45-34

Expedida en Tlalnepantla, Edo. Méx. a R.F.C. ECE010822D51

FECHA: 23/07/2008 9484

Cte. 163

FACTURA: N. 9484

ATENCIÓN:	ORDEN DE COMPRA
COND. DE PAGO	835/08
	8 DIAS

VENDIDA A: MARIA DEL SOCORRO GUERRERO HERNANDEZ
Aurora Lote 8 Mz. 13
Santa Inés Azcapotzalco
02140, Azcapotzalco, México, D. F.

R.F.C. CLIENTE GUHS-650304-3ZA

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO	IMPORTE
50	ESTROBOS DE CABLE DE ACERO DE 1/8" X 1 m CON BANDOLA GIRATORIA	58.00	2,900.00
50	ESTROBOS DE CABLE DE ACERO DE 1/8" X 50 cm CON CASQUILLO	15.00	750.00

CANTIDAD CON LETRA
CUATRO MIL CIENTO NOVENTA Y SIETE PESOS 50/100 M. N.

SUB-TOTAL 3,650.00
TASA 15 % I.V.A. 547.50
TOTAL 4,197.50



BANCOMER 0109441174 CLABE 012-180-00109441174-5
BANAMEX 47644157 SUC 4764
HSBC 4034735951
**ESTA FACTURA CAUSA EL 8% MENSUAL DE INTERES MORATORIO
SI NO ES CUBIERTA A SU VENCIMIENTO**

EFFECTOS FISCALES AL PAGO PAGO EN UNA SOLA EXHIBICION
IMPRESO POR JOSE LUIS PAEZ FLORES, S.P.C. RAFL48125RHJ3 CON FECHA DE AUTORIZACION PAGINA DE INTERNET S.A.T. 13 DE MAYO DE 2002
LITIO IMPRESOS PERITO TEL/FAX: 57-14-26-42 BOULEVARD ESCOHO PARCELA No. 118, COL. SAN JUAN IXHUATEPEC, EDO. DE MEX. C.P. 54180, CON FECHA
DE APROBACION 28 DE FEBRERO DEL 2008 DEL SISTEMA DEL CONTROL DE IMPRESORES AUTORIZADOS NUMERO DE AUTORIZACION -13434627-
FOLIO DEL 8861 AL 8906 VENCIMIENTO 26 DE FEBRERO DEL 2010 LA REPRODUCCION NO AUTORIZADA DE ESTE COMPROBANTE CONSTITUYE
UN DELITO EN LOS TERMINOS DE LAS DISPOSICIONES FISCALES (FECHA DE IMPRESION 26 DE FEBRERO DE 2008 1000 FOLIOS)



CONTRA RECIBO	FECHA	NUMERO
	29 Julio 2008	980
RECIBIMOS DE: ESTROBOS CABLES Y ESLINGAS, SA. DE C.V		

LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS A REVISION:

NUMERO	FECHA	IMPORTE	OBSERVACIONES
9484	23 Julio 2008	\$ 4,197.50	
TOTAL \$		\$ 4,197.50	

TRINTAFORM 2064 _____ FIRMA	DIAS	L	M	M	J	V	S	HORARIO	FECHA DE PAGO
	REVISION		x					DE 09 A 14:00	26 Agosto 2008
	PAGO		x					DE 09:00 14:00	SELLO

CANARIO → PROVEEDOR BLANCA → ANEXAR A FACTURA



SOCORRO GUERRERO HERNANDEZ
RFC GUH5-650304-3ZA CTA 4014884316
SUC 0432 SAN MARCOS
MEXICO DF

FECHA: _____

PAGUESE ESTE CHEQUE A: _____

\$

LA CANTIDAD DE: _____

MONEDA NACIONAL

DE 000137



HSBC México, S.A. Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero HSBC

FIRMA _____

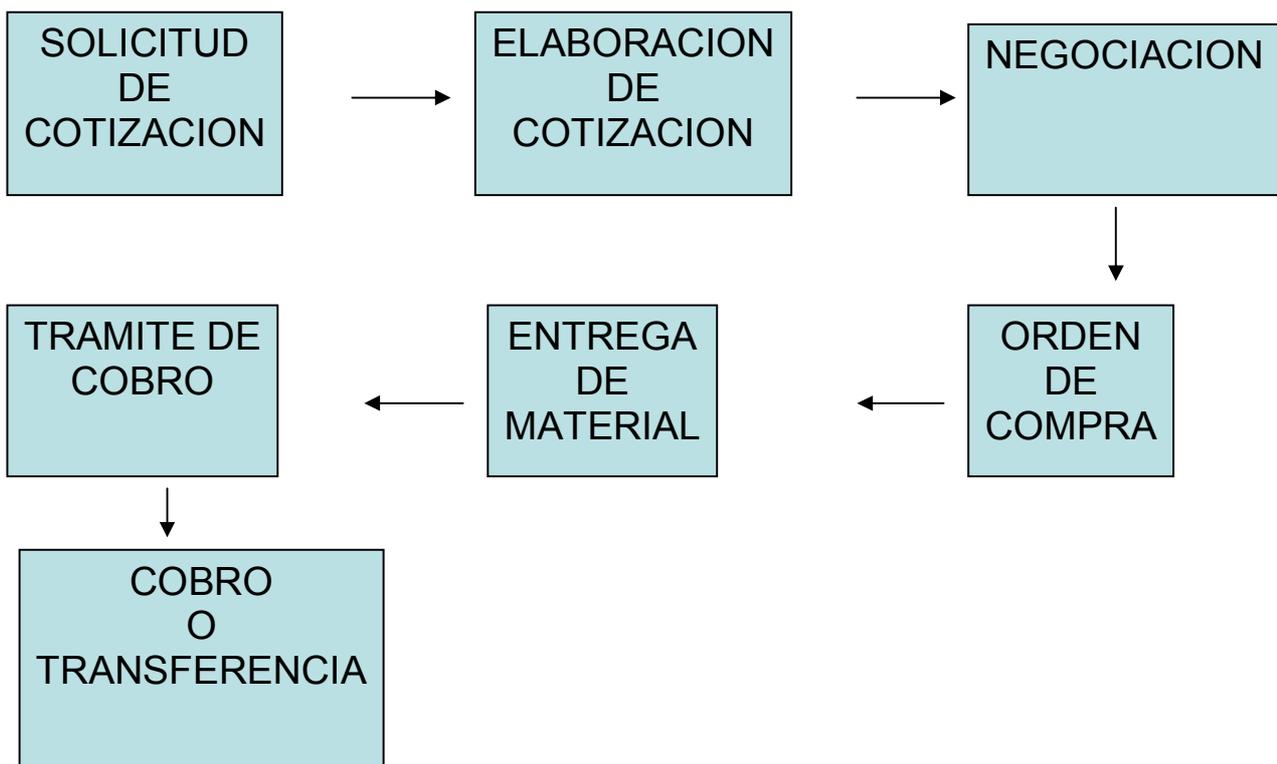
1901:511800218:040148843161804310?

NUMERO DE CUENTA

NUMERO DE CHEQUE



PROCESO DE VENTA





DISTRIBUIDORA SAN MARTIN

GUERRERO HERNANDEZ MARIA DEL SOCORRO
DISTRIBUIDOR AUTORIZADO

ELECTRODOS LINCOLN,
EQUIPOS HARRIS, OXIGAS
EQUIPO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL Y HERRAMIENTA EN GENERAL
MATERIAL ELECTRICO EN GRAL.

SOLDADURAS LINCON
SERVICIO Y REFACCIONES
GUHS 650304 3ZA
socorroher65@yahoo.com.mx

México, D.F. A 07 de Agosto del 2008

ADMINISTRACIONES HEXA, S.A. DE C.V
Presente.

AT'N. SR. MARIO SALINAS

Por medio de la presente, nos permitimos cotizarle el siguiente material:

Unidad	DESCRIPCION	P. Unit.	Importe
10	Cartucho Fusible 100A 600V Mercury	\$225.00	\$2,250.00
50	Eslabon Fusible 100A 600V Mercury	7.70	385.00
10	Foco de 130V 2A	10.50	105.00
4	Porta Pilas para Lavabo Class	490.00	1,960.00
50	Tubos de 32W	16.58	829.00
45	Tubos de 39W	16.50	742.50
15	Tubos de 40W Blanco frio	16.60	249.00
15	Tubos de 75W	15.80	237.00
2	Carrete de Soldadura 50/50 Estaño	125.00	250.00
50	Foco Ahorrador de 15W	29.00	1,450.00
20	Foco Dulux sencillo de 13W	25.60	512.00
10	Cinta de Aislar	6.90	69.00
5	Multi contactos de 6	86.00	430.00
		Sub Total	\$9,468.50
		I.V.A.	1,420.28
		Total	\$10,888.78

Tiempo de Entrega: Inmediato.
Condiciones de Venta: 15 Dias

Estos precios se encuentran sujetos a Cambio sin Previo Aviso.

Sin más por el momento, esperando poderle servir con nuestros productos, nos despedimos reiterándonos a sus apreciables órdenes.

ATENTAMENTE

LIC EDEL SANCHEZ V.
Gerente de Ventas



Fondo Hexa, SA de C.V. Ruben Dario No 281-2201, Col. Bosques de Chapultepec, Mexico D.F., C.P.: 11580 R.F.C.: FHE050307P59				Fecha del reporte 02/07/2008 Hoja 1 de 1		
ORDENES DE COMPRA						
No. de orden:	110	Obra:	TORRE REFORMA			
Fecha de alta:	02/07/2008	Dirección:	Av. Paseo de la Reforma No.483, Col. Cuauhtemoc, Mexico D.F., c.p.02140			
Fecha de entrega:	02/07/2008	Proveedor:	Maria de Socorro Guerrero Hernández			
Estado:	POR SURTIR	Dirección:	Calle Aurora Lote No.8 Manzana 13, Col. Santa Inés Azcapotza, México D.F., c.p.02140			
DETALLE DE MATERIALES						
Clave	Descripción	Unidad	Cant.	Precio	Descuento	Importe
Tornillo 3 x 1/4	Tornillo de 3 x 1/4	Pza	30.0000	\$1.65	0.00 %	\$49.50
Taquete d/Plastico	Taquete de Plastico 3 x 1/4	Pza	30.0000	\$1.80	0.00 %	\$54.00
Clavo 2 1/2"	Clavo 2 1/2" con cabeza	Kgs	5.0000	\$25.00	0.00 %	\$125.00
Clavo 4"	Clavo 4" con cabeza	Kgs	10.0000	\$25.00	0.00 %	\$250.00
Subtotal:						\$478.50
Descuento:						0.00 % \$0.00
Impuesto:						15.00 % \$71.78
Flete:						0.00 % \$0.00
Total:						\$550.28

Observaciones: Tapial Reforma 481

Firma del autori: 1



DISTRIBUIDORA SAN MARTIN

MARIA DEL SOCORRO GUERRERO HERNANDEZ
R.F.C. GUH8603043ZA C.U.R.P. GUH860304MDFRRC05

CALLE AURORA LOTE No. 8 MANZANA 13 COL. STA. INES AZCAPOTZALCO MEXICO, D.F. C.P. 02140

TEL. 5 319 62 79 5 319 62 55

CLIENTE MEXICO, D.F., A 14 DE Agosto DE 2008
ADMINISTRACIONES HEXA, S.A. DE C.V.
Rubén Darío 281 Local 2201
Bosque de Chapultepec,
11580, México, D.F.

FACTURA N° 5246

SU PEDIDO:
18

CONDICIONES DE PAGO:

R.F.C. AHE 930608 GEO

15 Días

CANTIDAD	CONCEPTO	PRECIO UNITARIO	IMPORTE
10	Cinta de Aislar	\$6.90	\$69.00
10	Foco de 130V 2A	10.50	105.00
20	Foco Dulux sencillo de 13W	25.60	512.00
50	Foco Ahorrador de 15W	29.00	1,450.00
50	Eslabon Fusible 100A 600V Mercury	7.70	385.00
45	Tubos de 39W	16.50	742.50
15	Tubos de 75W	15.80	237.00
15	Tubos de 40W Blanco frío	16.60	249.00
2	Carrete de Soldadura 50/50 Estaño	125.00	250.00
10	Cartucho Fusible 100A 600V Mercury	225.00	2,250.00
5	Multi contactos de 6	86.00	430.00
4	Porta Pilas para Lavabo Class	490.00	1,960.00
50	Tubos de 32W	16.58	829.00

EFFECTOS FISCALES AL PAGO
PAGO EN UNA SOLA
EXHIBICION



IMPORTE CON LETRA

SUB TOTAL

\$9,468.50

15% I.V.A.

1420.28

(*) DIEZ MIL OCHOCIENTOS OCHENTA Y OCHO PESOS 78/100 MN ** TOTAL

\$10,888.78

LA REPRODUCCION NO AUTORIZADA DE ESTE COMPROBANTE CONSTITUYE UN DELITO EN LOS TERMINOS DE LAS DISPOSICIONES FISCALES. IMPRESO POR: OMEGA LTDA IMPRESION SA DE CV R.F.C. OAI03041229 FRANCISCO I. MADRUGA 2134 COL. PROVIDENCIA, AZCAPOTZALCO, MEX. D.F. TEL. 53619808 FECHA DE INCLUSION DE LA AUTORIZACION DE LA PAGINA DE INTERNET DEL SAT 29-10-03 SE IMPRIMIRON DEL 5.0914.000 FECHA DE IMPRESION DE 06 MARZO DEL 2008, VIGENCIA DEL 06 DE MARZO DEL 2009 AL 05 DE MARZO DEL 2010 NUMERO DE APROBACION DEL SISTEMA DE CONTROL DE IMPRESORES AUTORIZADOS 13705377/06-03-2008 EFFECTOS FISCALES AL PAGO PAGO EN UNA SOLA EXHIBICION



Fecha: 08/02/2008

De: ADMINISTRACIONES HEXA, S.A. DE C.V.

Asunto: Notificación de Pago Electrónico

Para: 502 GUERRERO HERNANDEZ MARIA DEL SOCORRO

Atención: Departamento cuentas por cobrar

Detalle de pago

Documento	Número	Importe	Mensaje
Factura	4853	\$14,242.06	
	Total Liquidado:	\$ 14,242.06	

Referencia Beneficiario : 0

Referencia Bancaria que aparecera en su Estado de Cuenta : 182531000001

Fecha de Abono : 07/02/2008

Atentamente

Departamento de Cuentas por Pagar



CONCLUSIONES

Toda Empresa independientemente de su tamaño debe tener un sistema de Administración que le permita su buen funcionamiento y desarrollo constante.

Es importante señalar que de acuerdo con la tendencia de crecimiento de la Empresa, su Administración de Ventas se ira modificando con el fin de ajustarse a las necesidades cambiantes en la misma.

El crecimiento de la Empresa ha tenido una relación muy estrecha con la aplicación de la Administración

La Administración juega un papel muy importante como se ha visto a lo largo de este trabajo, a través del proceso administrativo se puede llegar a fines deseados.

El éxito de esta Empresa ha dependido siempre de ser constante y fijarse metas a corto y mediano plazo y vender solo productos que se refieren al ramo de la Industria de la Construcción.



BIBLIOGRAFIA

- 1.- Hernández y Rodríguez Sergio,
-Fundamentos de Administración
Editorial McGraw-Hill

- 2.- Megginson León, Mosley, Donald
-Administración Conceptos y aplicaciones
Editorial Continental
México, 1995

- 3.- Munch Galindo, Lourdes
-fundamentos de Administración
Editorial Trillas
México, 1999

- 4.- Reyes Ponce, agustin
Administración de empresas
Editorial Limusa
México, 1999



5.- Rios Szalay, Adalberto; Paniagua Aduna Andres

Orígenes y Perspectivas de la Administración

Editorial Trillas

México, 1997

6.- Chiavenato, Adalberto (2000),

Administración de Recursos Humanos 5ª Ed.,

Editorial McGraw-Hill

Colombia, 2000

7.- Gitman, Larry y Mc Daniel, Carl

El Futuro de los Negocios,

Editorial Thompson Learning,

México 2001

8.- Muños, Garduño, Jaime

Introducción a la Administración 2ª Ed.

Editorial Diana,

México, 2000



9.- Koontz, Harold y Wehrich, Heinz

Administración, Una Perspectiva Global 12^a Ed.

Editorial McGraw-Hill

México, 2004

10.- Longenecker, Justin, Moore, Carlos, y Petty, William

Administración de Pequeñas Empresas 11^a Ed.

Editorial Tompson Editores

México, 2001

11.- Reyes Ponce, Agustin,

Administración de Empresas, Teoría y Práctica 2^a. Parte,

Editorial Diana,

México, 2002

