



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

PROPUESTA PARA PONER EN OPERACIÓN UNA
COMERCIALIZADORA DE FLORES LLAMADA
BLUMEN MEDIANTE LA VENTA Y ELABORACIÓN DE
ARREGLOS FLORALES CON ENTREGA A DOMICILIO.

DISEÑO DE UN SISTEMA O PROYECTO
PARA UNA ORGANIZACIÓN

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTAN:

CARLOS DAVID HERALDEZ CHAVIRA

LYDIA ELIZABETH PERAZA CASTILLO

ASESOR:

L.A.y MTRA. GABRIELA MONTERO MONTIEL



MÉXICO, D.F.

2012



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

AGRADECIMIENTOS

"Advertir a la vida mientras se vive, alcanzar a vislumbrar su implacable grandeza, disfrutar del tiempo y de las personas que lo habitan, celebrar la vida y el sueño de vivir, ése es su arte"

Domenico Cieri Estrada

Agradezco a mis padres por brindarme la vida, su amor y apoyo en cada una de las etapas que he vivido.

Rafa gracias por tus consejos y compartir con nosotros este logro.

A mis profesores, no sólo los de la facultad, sino a todos aquellos que me han acompañado durante mi formación ya que de alguna manera forman parte de lo que soy hoy.

Agradezco en especial a mi asesora la maestra Gabriela Montero Montiel por su ayuda, conocimientos y entrega en este trabajo.

Agradezco también al doctor Arturo Morales Castro por sus consejos, conocimientos y paciencia para la realización de este trabajo.

A la UNAM por haberme brindado una de las mejores etapas de mi vida.

A ti Carlos porque entre nosotros siempre hay más, porque cada recuerdo es atesorado y cada sueño se vuelve realidad, gracias por ser mi inspiración.

Lydia

AGRADECIMIENTOS

A mi abuela, gracias por hacer de mi un hombre de provecho.

A mi padre, por su amor, apoyo y enseñanzas.

A mi madre, por su amor incondicional y apoyo.

A mis maestros porque han dejado su patina imborrable en mi vida.

A la UNAM por brindarme una gran etapa y formarme como un gran profesionista.

A mis asesores, la maestra Gabriela Montero Montiel y al doctor Arturo Morales Castro por sus conocimientos, paciencia y entrega para la realización de este trabajo.

A ti Lydia por ser la magia de mi inspiración y la fuerza que mueve mi vida.

Carlos

INTRODUCCIÓN

CAPITULO I. MARCO TEÓRICO

1. Definición de Administración	1
2. Definición de Organización	2
3. Definición de empresa	2
3.1. La empresa como organización	3
3.2. Características	4
3.3. Recursos de la empresa	4
3.4. Ambiente externo e interno de la empresa	5
3.5. Clasificación y tipos de empresas	7
3.5.1. Por su tamaño	7
3.5.2. Por su origen	7
3.5.3. Por su aportación de capital	8
3.5.4. Por su giro	8
3.5.5. Por sector económico	8
3.5.6. Sociedades mercantiles	9
3.5.6.1. En cuanto a la responsabilidad de los socios	10
3.5.6.2. En cuanto al monto de acciones	10
3.5.6.3. En cuanto a su forma legal	10
3.6. Constitución de una empresa	20
3.6.1. Procedimiento para dar de alta una empresa	20
3.6.2. Leyes y reglamentos federales y estatales	22
3.6.3. Empresa de nueva creación	27
4. Funciones básicas de la administración	29
4.1. Planeación	29
4.2. Organización	31
4.3. Dirección	32
4.4. Control	33
5. Áreas funcionales de la empresa	33
5.1. Recursos humanos	33
5.2. Producción	34
5.3. Mercadotecnia	34
5.4. Finanzas	35

CAPITULO II. FLORICULTURA

2.1. Plantas	36
2.1.1. Ornamentales (clasificación)	37
2.1.1.1. De exterior	40
2.1.1.2. De interior	41
2.2. La Flor	42
2.2.1. Partes	42

2.2.2. Color	43
2.2.3. Fragancia	44
2.3. Floricultura en México	45
2.3.1. Floricultura, negocio rentable y con futuro	45
2.3.2. Principales productores	48
2.3.3. Productos	49

**CAPÍTULO III. PROPUESTA PARA PONER EN OPERACIÓN
UNA COMERCIALIZADORA DE FLORES LLAMADA
“BLUMEN” MEDIANTE LA VENTA Y ELABORACIÓN
DE ARREGLOS FLORALES CON ENTREGA A DOMICILIO.**

3.1. Antecedentes	50
3.2. Estudio de mercado	56
3.2.1. Identificación del problema	57
3.2.2. Objetivo del estudio	57
3.2.3. Hipótesis	58
3.2.4. Publico objetivo	58
3.2.5. La investigación de mercados	58
3.2.5.1. Segmento del mercado	59
3.2.5.1.1. Características de la segmentación	59
3.2.5.1.2. Niveles socioeconómicos	60
3.2.5.2. Determinación del grupo de estudio	62
3.2.5.2.1. Características generales	62
3.2.5.2.2. Grupo de estudio	65
3.2.6. Fuentes de información	67
3.2.6.1. Fuentes de información primarias	67
3.2.6.2. Fuentes de información seleccionadas	68
3.2.6.3. Fuentes de información secundarias	68
3.2.6.3.1. Fuentes gubernamentales	68
3.2.6.3.2. Fuentes académicas	68
3.2.6.3.3. Internet	69
3.2.6.3.4. Asociaciones especializadas	69
3.2.7. Determinación de la muestra	70
3.2.7.1. Determinación de la población	70
3.2.7.2. Método de muestreo	70
3.2.7.3. Definición de la población de interés	71
3.2.7.4. Determinación del tamaño de la muestra	72
3.2.7.4.1. Tamaño de la muestra	74
3.2.8. Instrumento para la encuesta	76
3.2.9. Interpretación de los resultados	81
3.2.10. Informe de resultados	92
3.2.11. Pronóstico de ventas	94
3.2.12. Competencia	97
3.2.13. Imagen Corporativa	100

3.2.13.1. Logotipo de Blumen	100
3.2.13.2. Eslogan	101
3.2.14. Producto	102
3.2.14.1. Mezcla del producto	103
3.2.14.2. Etiqueta	105
3.2.14.3. Envase	105
3.2.14.4. Empaque	106
3.2.14.5. Embalaje	108
3.2.15. Precio	108
3.2.16. Plaza y distribución	111
3.2.16.1. Promoción	111
3.2.16.2. Publicidad	112
3.3. Estudio Técnico	114
3.3.1. Localización Comercial	114
3.3.2. Tamaño del local comercial	116
3.3.3. Capacidad productiva	119
3.3.4. Distribución del área productiva y comercial	120
3.3.5. Sistema productivo	120
3.3.6. Control de calidad	125
3.3.7. Maquinaria y herramientas	131
3.3.8. Proveedores	147
3.3.9. Leyes y reglamentos	149
3.4. Estudio Administrativo	153
3.4.1. Misión de Blumen	153
3.4.2. Visión de Blumen	153
3.4.3. Clasificación de la empresa	153
3.4.4. Tipo de Sociedad	154
3.4.5. Estructura Organizacional	155
3.4.6. Descripción de puestos	156
3.4.7. Tabla de Sueldos	165
3.4.8. Reglamento interno de trabajo	165
3.5. Estudio financiero	166
3.5.1. Costo unitario	167
3.5.2. Pronóstico de ventas anuales	172
3.5.3. Costo de maquinaria y equipo	174
3.5.4. Costo total del proyecto	178
3.5.5. Financiamiento	182
3.5.6. Fuente de financiamiento externa	182
3.5.7. Amortización	187
3.5.8. Depreciación	188
3.5.9. Flujo de caja	190
3.5.10. Gastos	192
3.5.11. Estado de resultados proyectado	194
3.5.12. Balance general proyectado	195

3.5.13. Técnicas de evaluación	200
Anexo I	207
Anexo II	229
Mesografía	232

ÍNDICE DE TABLAS

Página

Tabla 1.1. Criterios de Estratificación de la Empresa	7
Tabla 1.2. Sociedad en Nombre Colectivo	11
Tabla 1.3. Sociedad en Comandita Simple	12
Tabla 1.4. Sociedad de Responsabilidad Limitada	13
Tabla 1.5. Sociedad Anónima	14
Tabla 1.6. Sociedad en Comandita por Acciones	16
Tabla 1.7. Sociedad Cooperativa	17
Tabla 1.8. Sociedad Civil	19
Tabla 1.9. Leyes y reglamentos federales y estatales	22
Tabla 3.1. Sindicaturas del municipio de Culiacán	54
Tabla 3.2. Segmentación de mercados	59
Tabla 3.3. Ingreso familiar por niveles socioeconómicos	60
Tabla 3.4. Distribución porcentual del gasto por nivel	61
Tabla 3.5. Características de la población del estado de Sinaloa	62
Tabla 3.6. Niveles socioeconómicos	65
Tabla 3.7. Muestreo Estratificado por lugar de residencia	71
Tabla 3.8. Muestreo Estratificado por edad	72
Tabla 3.9. Muestreo Estratificado por edad (femenino)	73
Tabla 3.10. Muestreo Estratificado por edad (masculino)	73
Tabla 3.11. Distribución de encuestas por estrato de mujeres	75
Tabla 3.12. Distribución de encuestas por estrato de hombres	75
Tabla 3.13. Distribución de zonas para aplicar la encuesta	80
Tabla 3.14. Productos en Venta	94
Tabla 3.15. Competencia directa	97
Tabla 3.16. Mezcla del producto de Blumen	103
Tabla 3.17. Fijación de precios por competencia	110
Tabla 3.18. Método de ponderación por puntos	116
Tabla 3.19. Capacidad productiva	119
Tabla 3.20. Hoja de registro de Blumen	127
Tabla 3.21. Diagrama de Pareto Blumen	128
Tabla 3.22. Maquinaria y equipo de Blumen	131
Tabla 3.23. Tabla de sueldos de Blumen	165
Tabla 3.24. Costos unitarios Blumen	168
Tabla 3.25. Costos generales	170
Tabla 3.26. Detalle de costos por producto	171
Tabla 3.27. Pronósticos de ventas anuales	173
Tabla 3.28. Maquinaria y equipo	174
Tabla 3.29. Mobiliario y equipo de oficina	177
Tabla 3.30. Mobiliario y equipo para el local comercial	178
Tabla 3.31. Activos tangibles	180
Tabla 3.32. Activos intangibles	180

Tabla 3.33. Capital de trabajo	181
Tabla 3.34. Imprevistos	181
Tabla 3.35. Total general del proyecto	181
Tabla 3.36. Tabla de amortización del crédito	187
Tabla 3.37. Tabla de depreciación lineal	188
Tabla 3.38. Monto de la depreciación anual	189
Tabla 3.39. Flujo de efectivo	190
Tabla 3.40. Gastos administrativos	192
Tabla 3.41. Gastos de venta y distribución	192
Tabla 3.42. Estado de Resultados Proyectados	194
Tabla 3.43. Balance general proyectado del año 2012	195
Tabla 3.44. Balance general proyectado del año 2013	196
Tabla 3.45. Balance general proyectado del año 2014	197
Tabla 3.46. Balance general proyectado del año 2015	198
Tabla 3.47. Balance general proyectado del año 2016	199
Tabla 3.48. Periodo de recuperación	201
Tabla 3.49. Valor presente neto	202
Tabla 3.50. Valor para la TIR	203
Tabla 3.51. Calculo de la TIR	203
Tabla 3.52. Costos de Blumen	204
Tabla 3.53. Matriz de indicadores de evaluación	206

ÍNDICE DE FIGURAS

Página

Figura 1.1. El proceso administrativo	29
Figura 2.1. Esquema de la anatomía de la planta	37
Figura 2.2. Ejemplo de una planta ornamental	37
Figura 2.3 Esquema general de la clasificación de las plantas	39
Figura 2.4. Esquema de la clasificación comercial	40
Figura 2.5. Ejemplo de una planta de exterior	41
Figura 2.6. Ejemplo de una planta de tulipán amarillo	42
Figura 2.7. Ejemplos de Tipos de corola	43
Figura 2.8. Gladiola azul	44
Figura 2.9. Jazmín blanco	44
Figura 2.10. Flor de Nochebuena	47
Figura 2.11. Mapa de los principales estados floricultores	48
Figura 2.12. Rosa	49
4444Figura 2.13 Clavel	49
Figura 3.1. Escudo del estado de Sinaloa	52
Figura 3.2. Estado de Sinaloa	53
Figura 3.3. Municipio de Culiacán	55
Figura 3.4 Niveles Socioeconómicos de la AMAI	60
Figura 3.5. Niveles socioeconómicos del estado de Sinaloa	66
Figura 3.6. Niveles socioeconómicos del municipio de Culiacán	67
Figura 3.7. Instrumento para conocer las preferencias	76
Figura 3.8. Logotipo de Blumen	101
Figura 3.9. Envase para las flores Blumen	105
Figura 3.10. Empaque para flores Blumen transparente	105
Figura 3.11. Empaque para flores de papel celofan	106
Figura 3.12. Empaque para flores de caja de cartón cerrada	107
Figura 3.13 Embalaje de Blumen	108
Figura 3.14 Diseño de volante	112
Figura 3.15. Diseño de Plotter	113
Figura 3.16 Plano del local comercial	118
Figura 3.17 Sistema comercial de Blumen	125
Figura 3.18 Organigrama de Blumen	155
Figura 3.19 Gerente general	156
Figura 3.20 Florista 1	158
Figura 3.21 Florista 2	161
Figura 3.22 Repartidor	163
Figura 3.23 Esquema de operación de financiamiento a Pymes	186

ÍNDICE DE DIAGRAMAS

Página

Diagrama 1.1 Ambiente Organizacional de la empresa	6
Diagrama 1.2 Diagrama de la Secretaria de Economía	28
Diagrama 1.3 Proceso- Compras	121
Diagrama 1.4 Proceso- Diseño	122
Diagrama 1.5 Proceso- Ventas	123
Diagrama 1.6 Proceso- Almacén	124
Diagrama 1.7 Pareto Blumen	129

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo el establecimiento de una pequeña empresa mexicana dedicada a la venta de flores y arreglos florales. Consideramos que puede ser un negocio sustentable que nos permita en un futuro tener un posicionamiento en la floricultura y así aprovechar las oportunidades del mercado y en un futuro cercano realizar una expansión del negocio en otras ciudades del estado de Sinaloa.

En México existe un mercado amplio en esta rama. Si bien las flores hoy en día no son un artículo de primera necesidad, se considera un elemento que influye en los sentimientos y motivaciones de la gente, en la vida diaria como en ocasiones especiales; situación que desde el punto de vista de la Mercadotecnia aprovecharemos.

Actualmente la floricultura en México se encuentra con obstáculos que debilitan su crecimiento, como la falta de más tierras dedicadas a su producción en la zona norte del país, sin embargo, en boca de expertos, México posee un gran potencial en esta materia, de hecho se considera como un gigante que debe despertar en cualquier momento. De acuerdo a los expertos, desde el 2008 se considera que “¹la floricultura en México se encuentra regionalizada, el 90% de la floricultura del país se encuentra en el Estado de México, en los municipios de: Tenancingo, Villa Guerrero, Coatepec de Harinas e Ixtapan de la Sal. La floricultura bien entendida, es la rama más rentable de la agricultura legal. En opinión del experto Jesús Arboleda Peña, especialista en Floricultura industrial, la persona que cultiva flores, no le debería temer a la comercialización, a diferencias de otras actividades agrícolas que se desarrollan en México”.

Solamente la ciudad de Guadalajara, consume 500 millones de pesos en flores naturales frescas cortadas, con destino al ornato. Cabe señalar que arriba del 90% de las flores que son consumidas, son importadas del estado de México.

¹Cita de página de internet <http://www.inforural.com.mx/spip.php?article27127>, Fecha de consulta 20/Abril/2012.

Los negocios florícolas requieren de tres condiciones indispensables para poder tener éxito en el mercado local y extranjero: calidad, continuidad y volumen. En este sentido la regla oro de la comercialización, es presentar un producto de buena calidad, que tenga presencia en el mercado y volumen de producción para cubrir los compromisos. A estas tres condiciones cuando se reúnen en una sola los floricultores la llamamos: consistencia. Si los cultivadores actuales que carecen de estas características, cuando se avecina el día de la madre estarán tristes, por no contar con mayores cantidades del producto. Dentro del calendario, encontramos picos que elevan el precio del producto como: 14 de febrero, día de las madres, día de las secretarías, graduaciones, día de los muertos, día de las Lupes y navidad. Para aprovechar estas fechas es posible calcular la producción en invernadero para cubrir la demanda y obtener mejores precios.

Los tres tipos de flores más vendidas en México son: rosas, crisantemos y claveles. Una sola rosa vale de 2 a 3 pesos en tiempo de baja demanda y hasta 5 pesos en las fechas señaladas. En cuanto a los crisantemos oscilan entre 10 y 20 pesos cada uno, las lilas de 70 a 100 pesos el paquete de 10 tallos, la orquídea: 60 a 70 pesos. La floricultura debe ser abordada siempre y cuando la gente se entusiasme por la actividad, normalmente los consumidores de este producto no advierten, que es un producto suntuario de lujo y caro, que no es necesario para vivir por lo que se requiere de consistencia. En Estados Unidos una rosa llega a costar un dólar, pero se requiere buena calidad. Aún con el Tratado de Libre Comercio a los americanos les sale carísimo producir flores. Por lo que es un mercado atractivo en este sentido. En el interior de México, Jalisco, tiene todo para hacer floricultura: clima, suelos, comunicaciones, mano de obra. Todas las condiciones óptimas para hacer floricultura de exportación. Una planta de rosa da: 15 tallos, por 70 mil rosales por hectárea de invernadero es capaz de producir más de 1 millón de rosas por hectárea por año. El cultivo de la gerbera en invernadero posee una población de 54 mil plantas por hectárea, por 35 flores por planta por año: casi 2 millones de gerberas por planta por año. La gente se concentra en el mercado de GDL, pero existen otros mercados en el que pueden ser exportados, en el interior de

México para mandar el producto a lugares como Tijuana, en donde carecen de producción y existe gran demanda por la flor”.

Por lo anterior es que el proyecto que ahora presentamos, consideramos que puede ser viable y para su mejor comprensión lo hemos seccionado en los siguientes rubros o capítulos:

Capítulo 1 .Marco Teórico. Dado que el proyecto está enfocado a la creación de prácticamente una pequeña empresa (florería), en éste capítulo buscamos darle un sustento teórico y administrativo a nuestro proyecto, es decir, se busca dar a conocer los elementos que conforman la organización y el papel del administrador y sus funciones en la empresa, ya que estas son tan universales y se deben emplear en cualquier tipo de organización.

Capítulo 2. Floricultura. Para que el lector tenga un mayor conocimiento del proyecto, es que decidimos incorporar un segundo capítulo donde se explica de forma general qué es la floricultura, sus características, clasificación, producción y la importancia de su producción en México.

Capítulo 3. El capítulo 3, prácticamente se refiere a la propuesta en sí, para poner en operación una comercializadora de flores llamada “**Blumen**”, mediante la venta y elaboración de arreglos florales con entrega a domicilio. Sin restarle importancia a los otros dos capítulos, consideramos que éste, es básico para poder determinar la viabilidad del proyecto. Para ello se presenta el Estudio de Mercado, donde nos allegamos de la información acerca de las necesidades y preferencias del consumidor para poder ofrecer los productos y servicios que satisfagan sus expectativas. También se presenta el Estudio Técnico que permite determinar lo correspondiente al establecimiento del negocio, su localización, la adquisición del equipo de trabajo, sus normas de calidad y servicios. Por su parte, el Estudio Administrativo: Establece los lineamientos generales de acción, mediante la visión y misión con lo cual se conforma nuestra estructura organizacional, así como sus normas para el logro de los objetivos establecidos. Finalmente el Estudio Financiero determina la cantidad requerida de dinero para poder poner en marcha el proyecto, así como la manera en la que se va a financiar, estimando su inversión fija y

diferida con el fin de pronosticar los resultados que tendrá la empresa en un tiempo determinado; todo esto con el fin de demostrar la viabilidad del negocio.

Desde nuestro punto de vista, después de haber realizado los estudios correspondientes, consideramos que el proyecto es viable y que podemos ponerlo en marcha a la brevedad posible, por ello también lo dejamos a consideración de los lectores.

CAPITULO I MARCO TEÓRICO.

1. Definición de administración.

La palabra administración procede del latín ad (hacia, dirección, tendencia) y minister (subordinación u obediencia) con lo cual podemos referir su significado como aquel que realiza una función bajo el mando de otro. Diversos autores han aportado a través del tiempo sus propias definiciones de administración. A continuación referimos cinco de ellas con la intención de realizar una retroalimentación y formar una definición propia.

Para Henry Fayol considerado un autor clásico en la materia, dice que administrar es prever, organizar, mandar, coordinar y controlar.

Robert F. Buchele la define como: “el proceso de trabajar con y a través de otras personas a fin de lograr los objetivos de una organización formal”¹.

Para la American Management Association la administración es considerada como una actividad, por la cual se logran determinados resultados y objetivos a través del esfuerzo y la cooperación de otros.

Koontz y O'Donnell definen a la administración como: “La dirección de un organismo social que tiene como finalidad alcanzar objetivos, y además está fundada en la habilidad de conducir a sus integrantes”².

Peter Drucker nos refiere en su definición que la administración es hacer a la gente capaz de lograr resultados de manera conjunta, para hacer sus puntos fuertes eficaces y sus debilidades irrelevantes.

Por lo que concluimos con base en las definiciones anteriores, la experiencia laboral y el estudio de la profesión que la administración es:

La disciplina que coordina los recursos a través de un grupo social para obtener un fin con la mayor eficiencia y el menor esfuerzo posible.

¹ Munch, Galindo, *Fundamento de Administración*, México, Trillas, 7ª ed, 2006, pág. 26.

² Munch, Galindo, *Fundamento de Administración*, México, Trillas, 7ª ed, 2006, pág. 27

2. Definición de organización.

La palabra organización es un término que es utilizado en diferentes sentidos. En el ámbito profesional se utiliza para referirse a las empresas, instituciones y estructuras sociales, independientemente de sus giros o actividades.

Otro sentido que tiene el concepto es ser visto como un proceso, ya que la organización es el diseño de una estructura formal, donde se establecen las funciones que desempeñaran las personas y sus relaciones entre las mismas, la jerarquía y los distintos niveles de autoridad, de acuerdo con los objetivos de la empresa.

3. Definición de empresa.

El concepto de empresa es asociado a distintos y diversos enfoques (económico, jurídico, filosófico, social, etc.). Por lo anterior, ponemos a la consideración diversas definiciones.

El Diccionario de la Real Academia Española, "En una de sus definiciones menciona que la empresa es una "unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos"³

El maestro José Antonio Fernández Arenas la define como la unidad productiva o de servicio que está constituida según aspectos prácticos o legales, se integra por diversos recursos y se vale de la administración para el logro de sus objetivos.

Para Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de Economía", la empresa es "Aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores.

³Cita de página de internet, www.rae.es, Diccionario de la lengua de la real academia española, 20ª edición, 2011, Fecha de consulta 17/febrero/2011.

Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios”.⁴

Teniendo en cuenta las anteriores definiciones, planteamos el siguiente concepto de empresa:

La empresa es una entidad conformada por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; con lo cual se lograra realizar actividades de producción y transformación de productos o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio.

3.1. La empresa como organización.

Las empresas nacen para atender las necesidades de la sociedad creando satisfactores (bienes y servicios). A cambio de retribuciones que compensen los riesgos, esfuerzos e inversiones de los empresarios.

Una empresa es un organismo económico-social, donde se integran y coordinan el capital, el trabajo, la producción, los recursos humanos y materiales para lograr un fin común.

La organización como tal es un sistema social incluido en otro más amplio que es la sociedad con la que interactúa. Está integrado por personas y grupos de trabajo que se encuentra intencionalmente estructurado y orientado a una meta. Entidad social quiere decir que consta de dos o más personas. Orientada a una meta significa que está orientada para lograr algún resultado; por ejemplo, obtener una utilidad (Microsoft), conseguir incrementos salariales para sus miembros (SNTE), atender las necesidades espirituales (Iglesia metodista) u ofrecer satisfacción social (Greenpeace).

⁴ Andrade Simón ,*Diccionario de Economía*, 3ª edición, Andrade, 2006 Pág. 257

3.2. Características de la empresa.

Las empresas pueden ser estudiadas como sistemas ya que poseen diferentes conjuntos de recursos diversos entre si, además son unidades de producción de bienes o servicios que satisfacen necesidades humanas. Entre las características principales de la empresa podemos citar las siguientes:

- Unidad jurídica económica.
- Fija objetivos particulares.
- Persiguen una retribución por los bienes o servicios que prestan.
- Integran y organizan recursos tanto propios como ajenos y corren riesgos durante toda su vida productiva.

3.3. Recursos de la empresa.

Para lograr los objetivos, las empresas necesitan aplicar y aprovechar eficientemente los recursos con los que cuentan, estos son clasificados en:

- Recursos financieros. Representan el valor monetario de la empresa para el desarrollo de sus actividades; se pueden obtener mediante la aportación de capital de los socios, emisión de acciones, créditos de proveedores, reinversión de utilidades, etc.
- Recursos materiales. Son todos los bienes tangibles que poseen las organizaciones con las cuales es posible que ofrezcan sus servicios. (terrenos, locales, edificios, instalaciones, maquinaria, equipo, herramientas, etc.)
- Recursos técnicos. Constituyen el complemento para el funcionamiento de otros recursos: métodos, procedimientos, patentes, sistemas, etc.
- Recursos humanos. El conjunto de personas con el que cuenta la entidad y son valorados como el activo más importante ya que son la parte activa, dinámica y creativa ya que son quienes realizan las diversas actividades en todos los puestos y niveles.

3.4. Ambiente externo e interno de la empresa.

El medio ambiente de una organización está compuesto de factores internos y externos, algunos de estos factores no son controlables por la empresa por lo cual se debe adaptar rápidamente a los cambios que se suscitan para poder mantener el volúmen de sus actividades de manera eficiente y logrando sus objetivos.

Ambiente externo.

El ambiente organizacional externo es aquel donde se incluyen todos los elementos fuera de los límites de la entidad que pueden afectarla, entre estos se encuentran los competidores, fenómenos naturales, tecnología y condiciones económicas que inciden en ella. Este ambiente afecta de manera indirectamente a las empresas. Abarca los factores sociales, demográficos, y económicos que influyen en todas las organizaciones con un impacto más o menos uniforme. Por ejemplo, el aumento de la inflación, decisiones del gobierno, leyes etc. Que si bien no alteran directamente a las operaciones cotidianas, si le afectarían a mediano y largo plazo a la entidad.

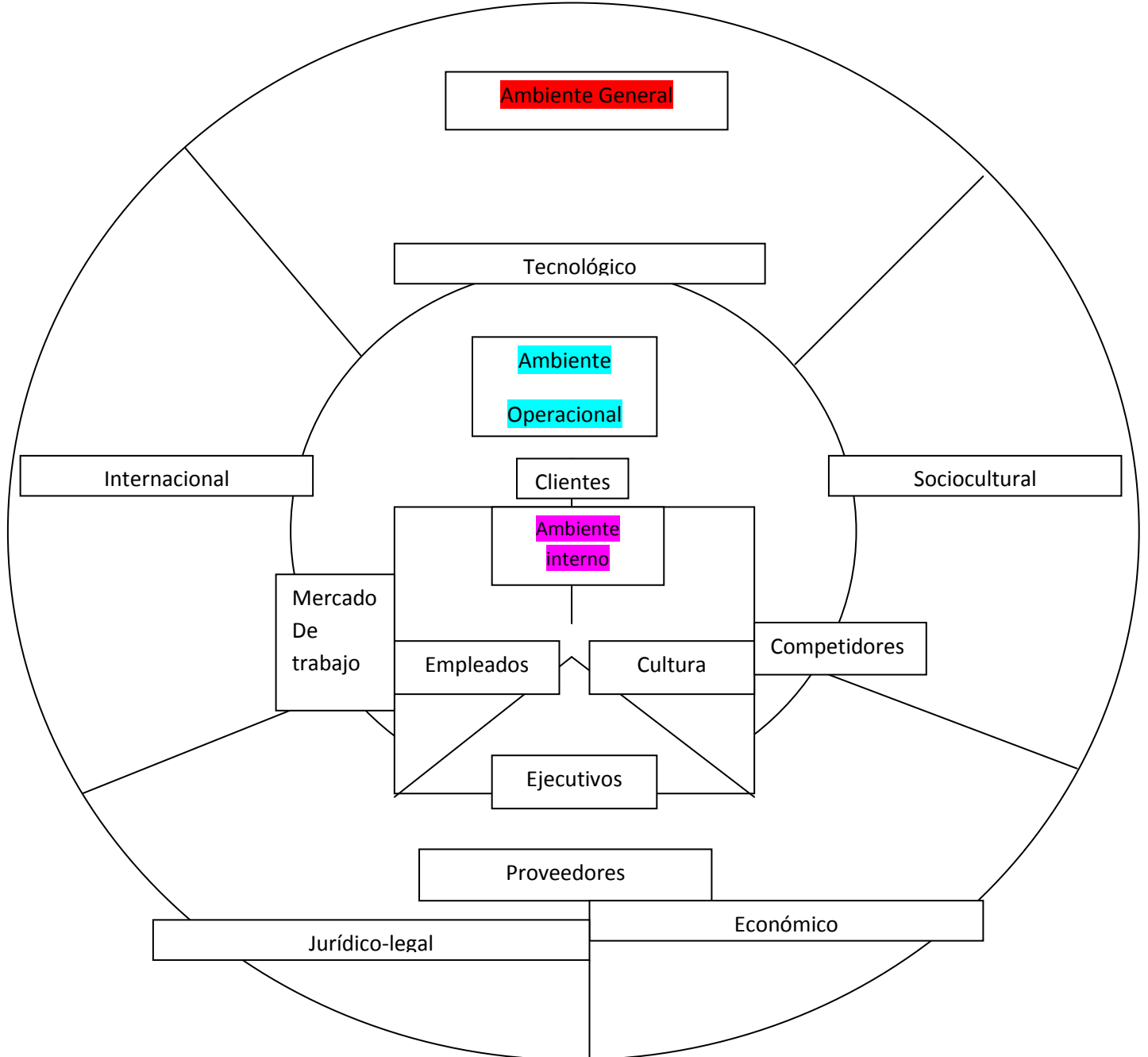
Ambiente interno.

Es el que se encuentra más cercano a la organización y comprende aspectos tales como las transacciones diarias que si influyen directamente en las operaciones cotidianas. Dicho ambiente incluye a los proveedores, competidores y clientes.

La organización tiene un ambiente interno, que abarca los elementos dentro de su estructura operacional. Este es formado por los trabajadores, los directivos y la cultura organizacional que comparten, la cual define las conductas y la eficiencia de adaptabilidad al ambiente externo.

Diagrama 1.1 Ambiente Organizacional de la empresa.

Ambiente Externo



Fuente: Elaboración propia con datos de Daft, L Richard, Administración 6ª edición, Thomson, pag, 75.

3.5. Clasificación y tipos de empresas.

Las empresas se clasifican por su funcionamiento con base en criterios económicos y sociales, de los cuales Sergio Hernández y Rodríguez enumera cinco clasificaciones principales: tamaño, giro, orden, aportación de capital y sector económico.

3.5.1. Por su tamaño.

a) Número de empleados. Cambia de acuerdo al sector económico.

b) Tamaño financiero o de capital. Microempresa, pequeña, mediana y gran empresa.

El Diario Oficial de la Federación del día 30 de Diciembre del 2002, establece los criterios de estratificación de empresas de la siguiente manera, por número de trabajadores:

Tabla 1.1. Criterios de estratificación de la empresa.

TAMAÑO	INDUSTRIA (Empleados)	COMERCIO (Empleados)	SERVICIOS (Empleados)
Microempresa	0-10	0-10	0-10
Pequeña empresa	11-50	11-30	11-50
Mediana empresa	51-250	31-100	51-100
Gran empresa	251- en adelante	101-en adelante	101-en adelante

Fuente: Elaboración propia con datos del Diario Oficial de la Federación del día 30 de diciembre del 2002.

3.5.2. Por su origen.

a) Nacionales: Son aquellas que se forman por iniciativa y con aportación de los capitales residentes del país, cuentan con recursos y poseen espíritu empresarial.

b) Extranjeras: Operan en el país aunque su capital no es aportado por nacionales, sino por los extranjeros.

- c) Mixtas: Cuando existen alianzas entre nacionales y extranjeros, los cuales se asocian y fusionan sus capitales.

3.5.3. Por su aportación de Capital.

- a) Privada: Se forma con aportaciones privadas de capital, es decir, los empresarios son los dueños del capital, por lo que pueden organizar y dirigir empresas mediante la compra de medios de producción y contratación de la fuerza de trabajo.
- b) Pública: Se forma con aportaciones de capitales públicos o estatales debido a la intervención del Estado, con el objeto de cubrir actividades o áreas en las cuales los particulares no están interesados en participar porque no se obtienen ganancias.
- c) Mixtas: Son aquellas que se forman con la fusión de capital privado y público. La proporción en que se combinen los capitales puede ser muy diversa.

3.5.4. Por su giro.

- a) a) Industriales: Se dedican a la extracción y transformación de recursos naturales, renovable y no renovable, así como a la manufactura de bienes de producción y de consumo final.
- b) Comerciales: Son los que se dedican a la compra y venta de productos terminados y sus canales de distribución son mercados mayoristas y minoristas.
- c) Servicios: Son aquellos que ofrecen productos intangibles a la sociedad.

3.5.5. Por sector económico.

- a) Sector primario: Comprende las actividades de extracción directa de bienes de la naturaleza, sin transformaciones. Forma parte del sector primario la minería, la agricultura, la ganadería, la silvicultura y la pesca.
- b) Sector secundario: Se refiere a las actividades que implican transformación de alimentos y materias primas a través de los más variados procesos productivos.
- c) Sector terciario: Engloba las actividades que utilizan distintas clases de equipos y de trabajo humano para tender las demandas de transporte,

comunicaciones y actividad financiera como la banca, la bolsa, los seguros, etc.

3.5.6. Sociedades Mercantiles (Clasificación).

Se le llama sociedad a un conjunto de individuos con un fin común, en Grecia les llamaban Guildas que eran organizaciones del mismo ramo como panaderos, herreros, carpinteros, etc. En la antigua Roma eran conocidas como Corporaciones, en ambos casos se estipulaban ciertos estatutos que se debían cumplir como la calidad, los precios a vender y las condiciones de trabajo. En el siglo XVI se crearon las haciendas que se podrían tomar como comparativos de este tipo de organizaciones y en la época del desarrollo industrial comienzan a surgir diversas organizaciones, por lo cual se hizo necesario crear ciertos lineamientos y estatutos que se adecuaban y beneficiaran a éstas nacientes sociedades. A través de los años de desarrollo se ha llegado a diversos conceptos y tipos de sociedades. A continuación se proponen algunas definiciones actuales:

Sociedad: Es cuando los socios se obligan mutuamente a combinar sus recursos o esfuerzos por la realización de un fin común de carácter preponderadamente económico, pero que no constituye una especulación comercial. Para empezar a formar una empresa los socios pueden hacer aportaciones en dinero o en especie.

Sociedad mercantil: Es una persona moral, es decir, es un conjunto de personas físicas.

Asociación: Se da cuando varios individuos convienen en reunir de manera que no fuera meramente transitoria para establecer un fin común que no esté prohibido y que no tenga carácter preponderadamente económico.

La Ley General de Sociedades Mercantiles (Véase anexo I) reconoce siete especies de sociedades aplicadas en México. las cuales enunciamos a continuación.

3.5.6.1. En cuanto a la responsabilidad de los socios.

En cuanto a la responsabilidad de los socios se divide en las sociedades de personas y de capitales.

Sociedades de personas: La sociedad responde de sus obligaciones no sólo con el monto de su capital sino incluso con el patrimonio personal; incluye a:

- Sociedades en nombre colectivo
- Sociedades en comandita simple
- Sociedades en comandita por acciones

Sociedades de capitales: El cumplimiento de sus obligaciones se limita al monto de su capital social y no entra el patrimonio personal de los socios.

Abarca a:

- Sociedades anónimas
- Sociedades de responsabilidad limitada

3.5.6.2. En cuanto al monto de acciones.

Se clasifican en sociedades de capital fijo y sociedades de capital variable.

Sociedades de capital fijo: Son aquellas donde el monto del capital social se establece al constituir la empresa y no puede cambiar sino por modificación estatutos.

Sociedades de capital variable: Son aquellas en que se determina un monto de capital mínimo y máximo y se puede modificar sin afectar su acta constitutiva. El aumento del capital se hará por aportaciones nuevas o posteriores o por admisión de nuevos socios.

3.5.6.3. En cuanto a su forma legal.

De acuerdo a su forma legal se dividen en:

- Sociedad en Nombre Colectivo.
- Sociedad en Comandita Simple.
- Sociedad en Responsabilidad Limitada.
- Sociedad Anónima.

- Sociedad en Comandita por Acciones.
 - Sociedad Cooperativa
 - Sociedad Civil
- Sociedad en Nombre Colectivo.

Es aquella que existe bajo una razón social y en la que todos los socios responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente de las obligaciones sociales.

Tabla 1.2. Sociedad de nombre colectivo.

Sociedad de Nombre Colectivo (S. en N.C)	
Ley que regula	Ley General de Sociedades Mercantiles
Características	Los socios responden de modo subsidiario, solidario e ilimitadamente de las obligaciones sociales.
Proceso de Constitución	Simultánea : *Junta de socios para hacer proyecto de estatutos *Autorización de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SER) *Protocolización ante notario público *Inscripción en el Registro Público de Comercio (RPC)
Nombre	Razón social (si se separase el socio que dio su nombre para la razón social se añadirá la palabra “sucesores”, también si la razón social se está transfiriendo y compañía
Capital social	No establece mínimo
Reservas	5% de las utilidades anuales hasta llegar a 20% del capital social fijo

Número de Socios	Mínimo 2, máximo ilimitado
Responsabilidad de los socios	Todos los socios responden de una manera subsidiaria, solidaria e ilimitada de las obligaciones sociales.

Fuente: Elaboración propia con información de la Ley General de Sociedades Mercantiles 2011 y Morales, Castro, José, México, Gasca Sicco, 1ª ed, 2003, pág.17.

- Sociedad en Comandita Simple.

Es aquella que existe bajo una razón social y está compuesta de uno o varios socios comanditados que responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente de las obligaciones sociales y de uno o varios socios comanditados que únicamente responden hasta por valor el valor de sus aportaciones.

Tabla 1.3 Sociedad en Comandita Simple

Comandita Simple (S.en S.C.)	
Ley que la regula	Ley General de Sociedades Mercantiles
Características	Tienen dos clases de socios: comanditados y comanditarios
Proceso de Constitución	Simultánea : <ul style="list-style-type: none"> • Junta de socios para hacer proyecto de estatutos. • Autorización de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE). • Protocolización ante notario público • Inscripción en Registro Público de Comercio (RPC)
Nombre	Razón social (el socio que preste su nombre para la razón social es considerado por ello comanditado)

Capital social	No establece mínimo
Reservas	5% de las utilidades anuales hasta llegar a 20% del capital social fijo
Número de Socios	Mínimo 2, máximo ilimitado
Responsabilidad de los socios	<ul style="list-style-type: none"> • Comanditados: Subsidiaria, solidaria e ilimitada. • Comanditarios: Aportaciones, salvo que hayan tomado parte en alguna operación o habitualmente hubiesen administrado pos negocios en la sociedad.

Fuente: Elaboración propia con información de la Ley General de Sociedades Mercantiles 2011 y Morales, Castro, José, México, Gasca Sicco, 1ª ed, 2003, pág.18.

- Sociedad en Responsabilidad Limitada.

Es la que existe bajo una denominación social formada por el nombre de uno o más socios y se constituye entre personas que solamente están obligadas al pago de sus aportaciones sin que las partes sociales puedan estar representadas por títulos negociables ya sea a la orden o al portador, esta sociedad no puede tener más de 50 socios al término de la razón social se colocan las siglas S.de R.L.

Tabla1.4 Sociedad de Responsabilidad Limitada

Sociedad de Responsabilidad Limitada	
Ley que la regula	Ley General de Sociedades Mercantiles
Características	Las partes sociales no pueden estar representadas por títulos negociables y son indivisibles.
Proceso de Constitución	Simultánea: <ul style="list-style-type: none"> • Junta de socios para hacer proyecto de estatutos.

	<ul style="list-style-type: none"> • Autorización de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE). • Protocolización ante notario público • Inscripción en Registro Público de Comercio(RPC)
Nombre	Razón social o denominación
Capital social	Mínima : La ley dice \$ 3, 000.00 fijo, debiendo estar pagado al momento de la constitución, mínimo el 50 %
Reservas	5% de las utilidades anuales hasta llegar a 20% del capital social fijo
Número de Socios	Mínimo 2,máximo 50
Responsabilidad de los socios	Hasta por el monto de su parte social

Fuente: Elaboración propia con información de la Ley General de Sociedades Mercantiles 2011 y Morales, Castro, José, México, Gasca Sicco, 1ª ed, 2003, pág.19.

- Sociedad Anónima.

Es la que existe bajo una denominación con un capital social que se divide en acciones pueden representarse por títulos negociables, que está compuesta exclusivamente de socios que sólo son responsables por el pago de sus acciones, la denominación se formará libremente y será siempre seguida por las palabras, “sociedad anónima” o sus siglas S.A.

Tabla 1.5. Sociedad Anónima

Sociedad Anónima (S.A)	
Ley que la regula	Ley General de Sociedad Mercantiles
Características	<ul style="list-style-type: none"> • Capital representado por acciones nominativas. • Socios obligados al pago de sus acciones, ya sea, en efectivo o en especie. En este

	caso la tenencia de las acciones los acredita como socios.
Proceso de Constitución	Simultánea: <ul style="list-style-type: none"> • Junta de socios para hacer proyecto de estatutos. • Autorización de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE). • Protocolización ante notario público • Inscripción en Registro Público de Comercio (RPC)
Nombre	Denominación
Capital social	Mínimo fijo \$ 50,000.00
Reservas	5% de las utilidades anuales hasta llegar a 20%del capital social fijo.
Número de Socios	Mínimo 2, máximo ilimitado.
Responsabilidad de los socios	<ul style="list-style-type: none"> • Hasta por el monto de sus acciones (aportación) • Los que funjan como administradores la responsabilidad es ilimitadamente.

Fuente: Elaboración propia con información de la Ley General de Sociedades Mercantiles 2011 y Morales, Castro, José, México, Gasca Sicco, 1ª ed, 2003, pág.20.

- Sociedad en Comandita por Acciones.

Es la que existe bajo una denominación social o razón social y se compone de uno o varios socios comanditados que responden de manera subsidiaria, limitada y solidaria de las obligaciones sociales, y de uno o varios socios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus acciones en el que el capital social se dividen acciones que no pueden cederse sin el

consentimiento de la totalidad de los comanditados y el de las dos terceras partes de los comanditados , abreviatura S. en C, por A.

Tabla 1.6.Sociedad en Comandita por Acciones.

Sociedad en Comandita por Acciones	
Ley que la regula	Ley General de Sociedades Mercantiles
Características	Dos clases de socios: comanditados y comanditarios
Proceso de Constitución	Simultánea: <ul style="list-style-type: none"> • Junta de socios para hacer proyecto de estatutos. • Autorización de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE). • Protocolización ante notario público • Inscripción en Registro Público de Comercio (RPC)
Nombre	Razón social o denominación (el socio que preste su nombre para la razón social es considerado por ello comanditado)
Capital social	No establece mínimo
Reservas	5%de las utilidades anuales hasta llegar a 20%del capital social fijo
Número de Socios	Mínimo 2, máximo ilimitado
Responsabilidad de los socios	<ul style="list-style-type: none"> • Comanditados: subsidiaria, solidaria e ilimitada • Comanditarios: aportaciones salvo que haya tomado parte en alguna operación o habitualmente hubiesen

	administrado por negocios de la sociedad.
--	---

Fuente: Elaboración propia con información de la Ley General de Sociedades Mercantiles 2011 y Morales, Castro, José, México, Gasca Sicco, 1ª ed, 2003, pág.21.

- Sociedad Cooperativa.

Es una forma de organización social integrada por personas físicas con base en intereses comunes y en los principios de solidaridad, esfuerzo propio y ayuda mutua. Con el propósito de satisfacer necesidades individuales y colectivas, a través de la realización de actividades económicas de producción, distribución y consumo de bienes y servicios.

Existen dos tipos de cooperativas: de consumo y de producción

Tabla 1.7. Sociedad Cooperativa.

Sociedad Cooperativa	
Ley que la regula	Ley General de Sociedades Mercantiles
Características	<ul style="list-style-type: none"> • Los rendimientos son por trabajo o por consumo • Todos los socios pertenecen a la clase trabajadora.
Proceso de Constitución	Simultánea: <ul style="list-style-type: none"> • Junta de socios para hacer proyecto de estatutos. • Autorización de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE). • Protocolización ante notario público • Inscripción en Registro Público de Comercio (RPC)
Nombre	Denominación
Capital social	No establece mínimo, pero siempre

	serán de capital variable
Reservas	El fondo de reserva se constituirá con el 10 a 20% de los rendimientos que obtengan las sociedades cooperativas en cada ejercicio social. El fondo de reserva podrá ser delimitado en las bases constitutivas, pero no será menor del 25% del capital social en las S.C de productores y de 10% en las de consumidores. Este fondo podrá ser afectado cuando lo requiera la sociedad para afrontar las pérdidas o restituir el capital de trabajo, debiendo ser integrado al final del ejercicio social, con cargo a los rendimientos (fondo de previsión social y fondo de educación Sociedad Civil cooperativa)
Número de Socios	Mínimo 5,máximo ilimitado
Responsabilidad de los socios	<ul style="list-style-type: none"> • Limitada: hasta por el fondo de su aportación • Suplementaria: responden los socios a prorrata hasta por la cantidad determinada en el acta constitutiva.

Fuente: Elaboración propia con información de la Ley General de Sociedades Mercantiles 2011 y Morales, Castro, José, México, Gasca Sicco, 1ª ed, 2003, pág.22.

- Sociedad Civil.

Constituida para la realización de un fin común de carácter económico pero que no constituya una especulación comercial, que adopte cualquiera de los tipos sociales reconocidos por la Ley General de Sociedades Mercantiles.

Tabla 1.8. Sociedad Civil.

Sociedad Civil	
Ley que la regula	Código Civil
Características	Su fin es común y preponderantemente económico, pero no constituye una especulación comercial
Proceso de Constitución	Simultánea: <ul style="list-style-type: none"> • Junta de socios para hacer proyecto de estatutos. • Autorización de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE). • Protocolización ante notario público • Inscripción en Registro Público de Comercio.(RPC)
Nombre	Razón social o denominación
Capital social	No requiere de un capital social, pero si existe éste, siempre deberá ser fijo debiendo señalarse la aportación de cada socio.
Reservas	Sin obligación de constituir las
Número de Socios	Mínimo 2, máximo ilimitado
Responsabilidad de los socios	Responsabilidad subsidiaria, ilimitada y solidaria de los socios que administren, los demás socios estarán

	obligados con su aportación salvo convenio contrario.
--	---

Fuente: Elaboración propia con información de la Ley General de Sociedades Mercantiles 2011 y Morales, Castro, José, México, Gasca Sicco, 1ª ed, 2003, pág.23.

3.6. Constitución de una Empresa.

Todas las empresas en México deben cumplir con la reglamentación federal y regional vigente para poder iniciar operaciones y contribuir al desarrollo nacional, cada entidad federativa cuenta con requisitos particulares que deberán llevarse a cabo para legalizar la sociedad mercantil. Para el presente proyecto incluimos los trámites y procedimientos necesarios para registrar una Sociedad Anónima, teniendo como sede la ciudad de Culiacán en el Estado de Sinaloa.

3.6.1. Procedimiento para dar de alta una empresa.

El establecimiento del proyecto comercial requiere cumplir con ciertos trámites mínimos para operar. Estos requisitos son los que señalan las leyes y reglamentos federales y estatales, así como las leyes ecológicas.

- Personalidad jurídica.
En nuestro sistema jurídico, una sociedad mercantil adquiere personalidad jurídica propiamente su suscripción en el Registro Público de Comercio (RPC).
- Constitución de una Sociedad Mercantil.
Todas las sociedades deberán constituirse de conformidad con el otorgamiento de una escritura pública constitutiva, ante un fedatario público. (Notario público o corredor público).
- Escritura Pública.
La ley General de Sociedades Mercantiles define los requisitos que una escritura constitutiva debe reunir como mínimo, los cuales son:
 - a) Nombre.
 - b) Domicilio.
 - c) Objeto de la sociedad.
 - d) Razón social o denominación social.

- e) Duración.
- f) Importe de capital social.
- g) Domicilio.
- h) Aportaciones.
- i) Formas de administración.
- j) Manera de distribuir utilidades.
- k) Fondos de reserva.
- l) Casos de disolución.

3.6.2. Leyes y reglamentos federales, leyes y reglamentos estatales y leyes ecológicas.

Tabla 1.9 Leyes y reglamentos federales, estatales y ecológicos.

TRAMITE	DEPENDENCIA	COSTO	DOMICILIO	REQUISITOS
REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES	SAT	GRATUITO	RIO SUCHIATE, NUM. 856 PTE, COL. IND. BRAVO, C.P. 80120	<p>PERSONAS FÍSICAS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- ACTA DE NACIMIENTO ORIGINAL O COPIA CERTIFICADA POR NOTARIO PÚBLICO. 2.- COMPROBANTE DE DOMICILIO. 3.- IDENTIFICACIÓN OFICIAL. <p>PERSONAS MORALES:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- COPIA CERTIFICADA DE ACTA CONSTITUTIVA. 2.- COMPROBANTE DE DOMICILIO. 3.- IDENTIFICACIÓN OFICIAL DEL REPRESENTANTE LEGAL.
PERMISO DE COLOCACIÓN DE ANUNCIO	DIRECCIÓN DE DESARROLLO URBANO Y ECOLOGÍA	GRATUITO	OBREGÓN 67 OTE. 1ER PISO, ENTRE JUÁREZ Y PALIZA COL. CENTRO, CULIACÁN, SINALOA	<ol style="list-style-type: none"> 1.-FORMATO ÚNICO DE APERTURA EMPRESARIAL. 2.- CROQUIS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO. 3.- PLANO O CROQUIS DEL ANUNCIO ESPECTACULAR. 4.- COPIA DE PÓLIZA DEL SEGURO DE DAÑOS A TERCEROS (RESPONSABILIDAD CIVIL). 5.- MEMORIA DE CÁLCULO Y CARTA RESPONSIVA DE PERITO REGISTRADO EN ESTRUCTURAS EN EL AYUNTAMIENTO CORRESPONDIENTE, (CUANDO ES ESPECTACULAR Y/O PANORÁMICO). 6. EN CASO DE QUE L ANUNCIO NO SEA ESPECTACULAR, SINO DE

				TIPO BANDERA O PALETA ENTONCES NO SE PIDE MEMORIA DE CALCULO, SOLO LA COPIA DE LA PÓLIZA DEL SEGURO DE DAÑOS A TERCEROS.
AVISO DE INSCRIPCIÓN PATRONAL Y/O AVISO DE INSCRIPCIÓN DE LOS TRABAJADORES	IMSS	GRATUITO.	CALLE: FRANCISCO SARCO Y ANDRADE, SIN NÚM., COL.: CENTRO C.P.: 80000	<ol style="list-style-type: none"> 1.- LLENAR FORMATO AFIL-01 O AFIL-02, CLEM-01. 2.- CODIGO DE REGISTRO PATRONAL. 3.- COPIA DE ACTA CONSTITUTIVA, INSCRITA EN EL REGISTRO PÚBLICO DE LA PROPIEDAD. 4.- COPIA DEL ALTA ANTE LA S.H.C.P. 5.- COMPROBANTE DE DOMICILIO.
CONTRATO DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO SANITARIO	JAPAC	VARIABLE SEGÚN EL PRESUPUESTO QUE ELABORE LA JUNTA	BLVD. RICARDO ARJONA AMABILIS, 2571 NTE. COL. DESARROLLO URBANO 3 RÍOS C.P. 80020 , CULIACÁN, SINALOA	<ol style="list-style-type: none"> 1.-FORMATO ÚNICO DE APERTURA EMPRESARIAL. 2.- COPIA DE LA ESCRITURA, (CONTRATO DE COMPRA-VENTA O DOCUMENTO QUE ACREDITE PROPIEDAD Y/O CONCESIÓN). 3.-NO ADEUDO A LA RED DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO. SE VERIFICA AL MOMENTO DE HACER EL TRAMITE.

REGISTRO EMPRESARIAL INFONAVIT	INFONAVIT	GRATUITO	BLVD. LOLA BELTRÁN NÚM. 3247, COL. PRADERA DORADA C.P. 80050	1.- COPIA DEL ALTA ANTE LA S.H.C.P. 2.- COPIA DE ACTA CONSTITUTIVA. 3.- LLENAR LA FORMA CLEM-01. 4.- IDENTIFICACIÓN DE FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL. 5.- COMPROBANTE DE DOMICILIO. 6.- CARTA PODER.
LICENCIA DE CONSTRUCCIÓN	DIRECCIÓN DE DESARROLLO URBANO Y ECOLOGÍA	VARÍA SEGÚN M2 Y UBICACIÓN: ENTRE \$36.25 Y \$100.00.	OBREGÓN 67 OTE. 1ER PISO, ENTRE JUÁREZ Y PALIZA COL. CENTRO, CULIACÁN, SINALOA	1.-SSARE 2.-LICENCIA USO DE SUELO, ALINEAMIENTO Y NUMERO OFICIAL. 3.-COPIA DE ESCRITURAS O DOCUMENTO QUE ACREDITE LA PROPIEDAD. 4.-DICTAMEN DE IMPACTO VIAL EN CASO DE SER NECESARIO. 5.-PROYECTO ARQUITECTÓNICO APROBADO POR S.S.A. (ORIGINAL Y 5 COPIAS) 6.-COPIA DE ESTADO DE CUENTA DE PREDIAL. 7.-DICTAMEN DE IMPACTO AMBIENTAL (EN CASO DE SER NECESARIO) 8.-BITACORA FIRMADA POR DRO. AMPLIACIÓN A PARTIR DE 33MTS. O CONSTRUCCIÓN A PARTIR DE 46MTS.EN CASO DE QUE LA CONSTRUCCIÓN ESTRUCTURAL TENGA MAS DE 10MTS.DE CLARO, LA BITÁCORA DEBERÁ SER FIRMADA POR EL DRO. ESTRUCTURAL, Y LLEVAR LA MEMORIA DE CALCULO, EN CASO DE QUE LA CONSTRUCCIÓN SEA MAS GRANDE, ESTA DEBERÁ ESTAR FIRMADA POR EL DRO. ELECTRICISTA.

LICENCIA DE USO DE SUELO	DIRECCIÓN DE DESARROLLO URBANO Y ECOLOGÍA	\$162.00	OBREGÓN 67 OTE. 1ER PISO, ENTRE JUÁREZ Y PALIZA COL. CENTRO, CULIACÁN, SINALOA	<ol style="list-style-type: none"> 1.-SSARE 2.-CUMPLIR CON CONDICIONANTES DE CONSTANCIA DE ZONIFICACIÓN 3.-COPIA DE ESCRITURAS 4.-ESTADO DE CUENTA DEL PREDIAL ACTUALIZADO. 5.-RECIBO DE PAGO
ALINEAMIENTO	DIRECCIÓN DE DESARROLLO URBANO Y ECOLOGÍA	\$9.70 POR METRO LINEAL.	OBREGÓN 67 OTE. 1ER PISO, ENTRE JUÁREZ Y PALIZA COL. CENTRO, CULIACÁN, SINALOA	<ol style="list-style-type: none"> 1.-LLENAR SOLICITUD ESPECIFICANDO METROS LINEALES 2.-COPIA DE ESCRITURAS 3.-RECIBO DE PAGO
ANUENCIA DE PROTECCIÓN CIVIL	PROTECCIÓN CIVIL CULIACÁN	\$500.00	CARRET. NAVOLATO KM. 7.5 COL. BACHIHUALATO, CULIACÁN, SINALOA	<ol style="list-style-type: none"> 1.- SOLICITUD POR ESCRITO DIRIGIDO AL SECRETARIO DE SEGURIDAD PÚBLICA Y TRÁNSITO MUNICIPAL CON ATENCIÓN AL TITULAR DE PROTECCIÓN CIVIL, CONTENIENDO DATOS GENERALES DE LA EMPRESA. 2.- COPIA DE LA LIC. DE USO DE SUELO. 3.- CROQUIS DE UBICACIÓN. 4.- COPIA DE LA CREDENCIAL DE ELECTOR.
REGISTRO DE IMPUESTOS SOBRE NOMINA	SECRETARIA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS	GRATUITO	UNIDAD ADMINISTRATIVA DE GOBIERNO	<ol style="list-style-type: none"> 1.- FORMATO SSARE. 2.- COPIA DE ALTA EN HACIENDA 3.- COPIA DE AVISO DE INSCRIPCIÓN PATRONAL Y AVISO DE

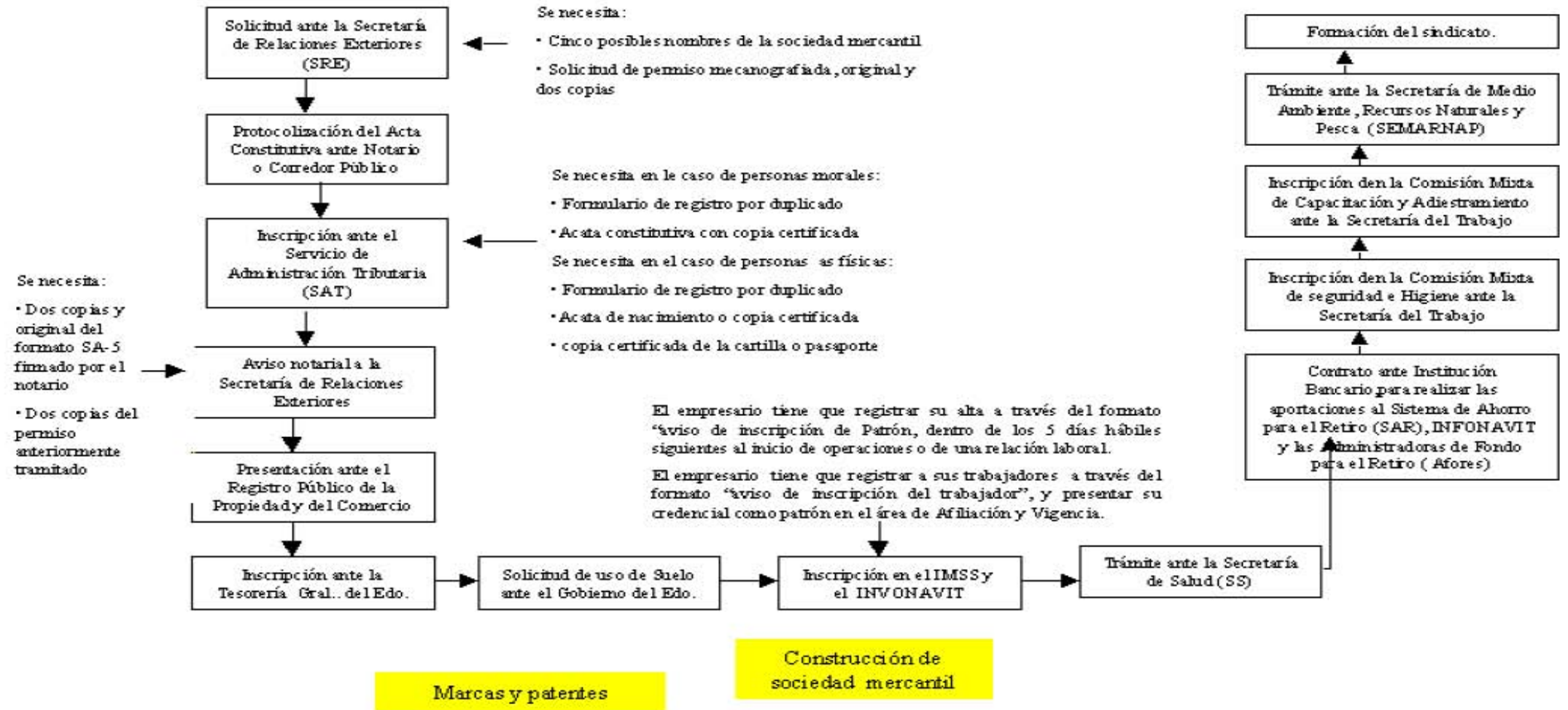
			DEL ESTADO AV. INSURGENTES S/N SÓTANO, CENTRO SINALOA, C.P.80129, CULIACÁN SIN.	INSCRIPCIÓN DE LOS TRABAJADORES. 4.- COPIA DEL ACTA CONSTITUTIVA EN SU CASO.
DICTAMEN DE IMPACTO VIAL	DIRECCIÓN DE VIALIDAD Y TRANSPORTE	GRATUITO	BLVD DUCTO PEMEX Y BLVD PEDRO INFANTE S/N, CP 80000, CULIACÁN, SINALOA	1-OFICIO DIRIGIDO AL DIRECTOR DE VIALIDAD Y TRANSPORTES. 2-CARTA DE ZONIFICACIÓN. 3-PLANO DE LA EDIFICACIÓN. 4-PLANO DE CALLES Y BANQUETAS DEL NEGOCIO. 5-CROQUIS DE UBICACIÓN. NOTA: CHECAR REQUISITOS ESPECIALES PARA ESTACIONAMIENTOS Y FRACCIONAMIENTOS.

Fuente: Elaboración propia con datos de la página de internet: <http://www.abretuempresa.gob.mx> Fecha de consulta 10/Febrero/2012.

3.6.3 Empresa de nueva creación.

La Secretaría de Economía proporciona un diagrama que sirve como guía para realizar los trámites necesarios para dar de alta una empresa nueva, así como la señalización de los trámites en relación a las prestaciones y obligaciones que el patrón tiene con sus trabajadores. El diagrama 1.2. representa una guía y no un procedimiento único, este puede sufrir variaciones dependiendo del giro de la empresa.

Diagrama 1.2 Diagrama de la Secretaría de Economía para dar de alta a empresas de nueva creación

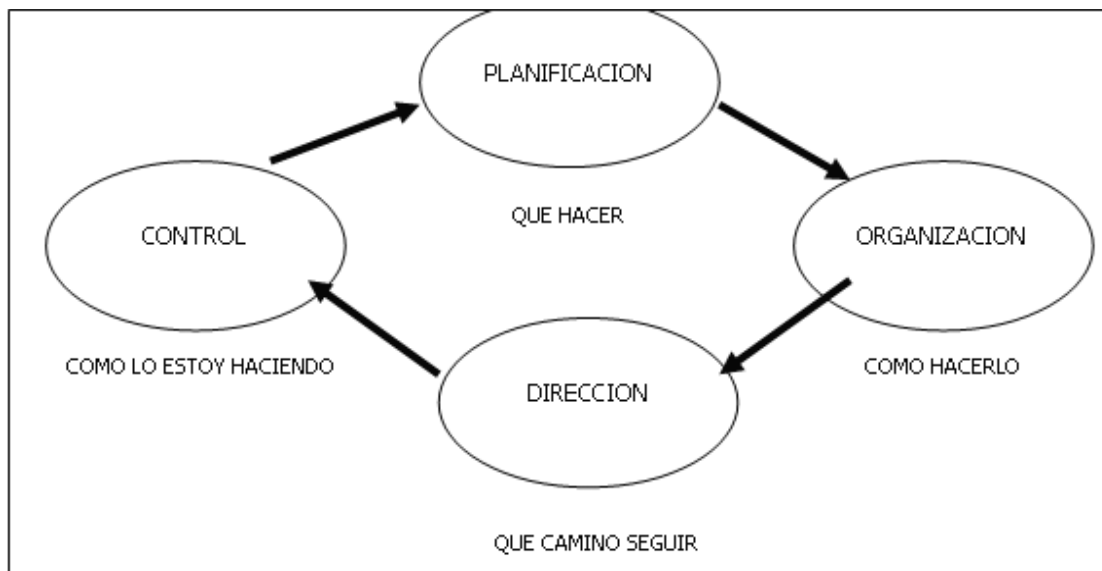


Fuente: Cita de página de internet, <http://www.economia.gob.mx> fecha de consulta 12/Enero/2011

4. Funciones básicas de la administración.

Dentro de una empresa, la administración juega un papel muy importante para lograr el desarrollo y cumplir con los objetivos organizacionales; por lo tanto, es necesario aprovechar eficientemente los recursos humanos, técnicos, materiales y financieros con los que cuenta la empresa, a través de una correcta planeación, organización, dirección y control (Funciones básicas de la administración o proceso administrativo). Dada la importancia de cada función, es que a continuación nos referimos a cada una de ellas.

Figura 1.1. El proceso administrativo.



Fuente: Elaboración propia con datos del libro Fundamentos de la Administración Munch, Galindo, 7ª ed, Trillas, 2006 pág.60 a la 66.

4.1. Planeación.

La planeación se considera como la parte inicial del proceso administrativo y nos muestra hacia donde quiere estar la empresa en el futuro y la manera por la cual llegara a sus objetivos, ya que en esta etapa se definen las metas de desempeño futuro y se relacionan las actividades y recursos para alcanzarlas. Así la planeación es esencial para el adecuado funcionamiento de cualquier tipo de organización, ya que en ella se prevén las contingencias y cambios que pueden presentarse en un futuro cercano, y se establecen las medidas y procedimientos necesarios para hacerles frente. Por otra parte, el reconocer hacia donde se dirige la empresa, permite encaminar y aprovechar mejor los

esfuerzos y recursos. Algunos de los fundamentos básicos que muestran la importancia de la planeación son según la maestra Munch:

1. "Propicia el desarrollo de las organizaciones, al establecer métodos de utilización pertinentes de los recursos con los que cuenta.
2. Reduce los niveles de incertidumbre, preparando a la entidad para hacer frente a las contingencias y fluctuaciones que se presenten, con las mayores oportunidades de éxito.
3. Funda un sistema racional para la toma de decisiones, evitando los empirismos.
4. Reduce los riesgos y maximiza las oportunidades.
5. Por medio del establecimiento de planes de trabajo concretos se suministran las bases a través las cuales operara la organización.
6. Orienta a la organización hacia la eficiencia al eliminar la improvisación.
7. Maximiza el aprovechamiento del tiempo y los recursos, en todos los niveles de la empresa".⁵

Elementos de la planeación:

1. Los propósitos: Son aspiraciones cualitativas que se persiguen en forma permanente en la empresa.
2. La investigación: Consiste en la determinación de todos los factores que influyen en el logro de los objetivos, así como determinar los medios adecuados para conseguirlos.
3. Los objetivos: Representan los resultados que la empresa desea obtener, son establecidos de manera cuantitativa y con un vencimiento para realizarse en un tiempo específico.
4. Las estrategias: Son cursos de acción general que muestran la dirección y la utilización de los recursos y esfuerzos, para el logro de los objetivos.

⁵ Munch, Galindo , *Fundamento de Administración*, 7ª ed, Trillas ,2006 pág.66

5. Políticas: Son guías que orientan las acciones, planteando criterios y lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre problemas que frecuentemente ocurren en la entidad.
6. Programas: Son esquemas que establecen, la secuencia de actividades que deberán de realizarse para lograr los objetivos y el tiempo requerido para efectuar cada una de sus partes y todos los eventos involucrados en su consecución.
7. Presupuesto: Son los planes de actividades de la entidad expresados en términos económicos, junto con la comprobación subsecuente de la realización de dicho plan.
8. Procedimientos: Establecen el orden cronológico y la secuencia de actividades que deben seguirse en la realización de un trabajo repetitivo.

4.2. Organización.

A la organización se le define como la coordinación de las funciones y recursos de la entidad para poder obtener sus objetivos.

En condiciones normales, para su estudio viene después de la planeación y nos dicta el tipo de estructura con la que la empresa trata de realizar el plan definido en la etapa previa. La organización consiste en la asignación de la autoridad y los recursos en la empresa, es decir crea la estructura necesaria para la sistematización racional de los recursos, mediante la asignación de jerarquías, disposición, correlación y agrupación de actividades, con el propósito de poder realizar y simplificar las funciones de la empresa.

Elementos de la organización:

1. Estructura: la organización implica el establecimiento de las bases en las que operara el grupo social la disposición y correlación de las funciones, jerarquías y actividades necesarias para lograr los objetivos.
2. Sistematización: las actividades y recursos de la empresa deben ser coordinadas racionalmente, para facilitar el trabajo y procurar la eficiencia.
3. División del trabajo: el proceso de organizar implica la necesidad de agrupar, dividir y asignar las funciones con el fin de suscitar la especialización en la entidad.

4. Jerarquía: la organización, como una estructura social necesita el establecimiento de niveles de autoridad y responsabilidad dentro de la misma para su desarrollo ordenado y eficiente.

4.3. Dirección.

A esta etapa del proceso administrativo, también llamada ejecución o liderazgo, se define como la ejecución de los planes de acuerdo con la estructura organizacional, mediante la guía de los esfuerzos del grupo social a través de la motivación, la comunicación y la supervisión.

El liderazgo ha venido convirtiéndose en una importante función de la administración, ya que dirigir significa crear una cultura y valores compartidos, comunicar las metas a los empleados mediante la empresa e infundirles el deseo de un desempeño excelente. Al dirigir se motiva a los departamentos y divisiones enteras de la organización a que en una era de incertidumbre, de competencia internacional y de creciente diversidad de la fuerza de trabajo, la capacidad de moldear la cultura, de comunicar metas y de motivar sea indispensable para el éxito.

La dirección como parte del proceso administrativo se compone de los siguientes elementos:

- Liderazgo. Es el arte o proceso de influir en las personas para lograr que las personas se desenvuelvan con entusiasmo y disposición hasta la consecución de los objetivos o metas grupales.
- Motivación. La motivación es la labor más importante de la dirección, a la vez que la más compleja, pues a través de ella se logra la ejecución del trabajo, de acuerdo a normas o patrones de conducta esperados.
- Comunicación. La comunicación en cualquier grupo que se trate, es de vital importancia ya que involucra a los individuos no solo en su papel de comunicadores, sino en el buen uso que a la información se le da.
- Supervisión. Consiste en vigilar y guiar a los subordinados de tal forma que las actividades se realicen adecuadamente.

4.4. Control.

El control como última etapa, es primordial en la administración, ya que en una estructura organizacional se necesita un monitoreo constante del progreso de sus actividades para que se cumplan los planes como fueron establecidos y aplicar las correcciones adecuadas para una dirección eficiente. Para verificar la situación real de una empresa es imprescindible que cuente con un mecanismo que se cerciore e informe si los hechos van de acuerdo con los objetivos. El control en este caso es la retroalimentación del proceso administrativo para corregir, evaluar y crear los planes de la organización.

Elementos del control:

- Establecimiento de estándares. Es la aplicación de las unidades que servirán como modelo, guía o patrón en base en lo cual se efectuará el control.
- Medición de resultados. La acción de medir la ejecución y los resultados.
- Corrección. La utilidad concreta y tangible del control está en la acción correctiva para integrar las desviaciones en relación con los estándares. que da lugar a la retroalimentación.

5. Áreas funcionales de la empresa.

Como ya lo vimos en una empresa se llevan a cabo diversas funciones administrativas, tales funciones se llevan a cabo en las áreas que conforman la empresa denominadas áreas funcionales.

5.1. Recursos Humanos

Es el elemento más importante de toda empresa a cualquier nivel. Los Recursos Humanos son todas aquellas personas que integran o forman parte de una organización. El objeto de este departamento de capital humano es conseguir y conservar un grupo de trabajo, cuyas características vayan de acuerdo con los objetivos de la empresa, a través de programas adecuados de reclutamiento, selección, capacitación y desarrollo.

Algunas de sus funciones que desempeña son:

- Reclutamiento y selección.

- Relaciones laborales.
- Sueldos y salarios.
- Análisis y descripción de puestos.
- Seguridad e higiene.
- Seguridad social.
- Capacitación y desarrollo de personal.

5.2. Producción.

Hampton R. David en su libro “Administración” describe a la producción como: “La actividad a través de la cual los recursos que fluyen en el interior de un sistema definido se combinan y transforman de modo controlado para agregar valor de acuerdo a los objetivos organizacionales”.⁶

Algunas funciones practicadas dentro del área son:

- Diseño del producto.
- Adquisición de materiales.
- Manejo de inventarios.
- Negociación con proveedores.
- Mantenimiento.
- Control de calidad.
- Seguridad Industrial.

5.3. Mercadotecnia.

La mercadotecnia es un sistema de actividades que incluye un conjunto de procesos mediante los cuales se identifican las necesidades o deseos existentes en el mercado para satisfacerlos de la mejor manera posible al

⁶ Hampton, R, David, *Administración*, 3ª ed, Mc Graw Hill, México, 2004, página 692.

promover el intercambio de productos y/o servicios de valor con los clientes, a cambio de una utilidad o beneficio.

Funciones básica del área de mercadotecnia:

- Investigación de mercados.
- Segmentación de mercados.
- Fijación de precios.
- Relaciones públicas.
- Ventas.
- Promoción.
- Publicidad.
- Posventa.

5.4. Finanzas.

Es el área que tiene la función de manejar los fondos monetarios, ya que toda empresa trabaja con base en constantes movimientos de dinero. Esta área se encarga de la obtención de fondos y de la disposición y suministro del capital que se utiliza en el funcionamiento de la organización, presupuestando los medios económicos necesarios para cada uno de los departamentos, con el objeto de que puedan funcionar correctamente. El área de finanzas tiene implícito el objetivo del máximo aprovechamiento y administración de los recursos financieros de la empresa.

Las funciones básicas del área de Finanzas son:

- Crédito y cobranza.
- Elaboración de presupuestos.
- Obtención de recursos.
- Control y manejo de capital.
- Análisis de costos.
- Proyección de inversiones.

CAPITULO II. FLORICULTURA.

Se le llama Floricultura al cultivo de plantas con flores ornamentales en maceta, invernadero o jardín para gozar de su efecto estético; ésta se interesa por el efecto individual de cada planta, mientras que la jardinería paisajística persigue el efecto global. Aunque las flores se cultivan desde los primeros tiempos de la civilización, la producción comercial en invernadero de especies nativas de otros países, se estableció hasta el siglo XIX.

Los productores llamados floricultores, producen plantas para jardín, para el uso de jardineros, paisajistas, decoradores de interiores, venta de flores cortadas en floristerías o florerías y para su uso personal. El desarrollo e implementación de nuevas tecnologías han hecho más eficientes los periodos de producción ,donde el productor puede anticipar o retardar el momento del producto terminado, controlando la floración y de esta manera logra una existencia en la producción durante todo el año.

Actualmente la floricultura se ha convertido en un negocio con diversos procesos de complejidad, en donde vemos negocios de tipo familiar con una mediana inversión hasta grandes empresas con un alta inversión y bien establecidas.

2.1. Plantas.

Para entender mejor el tema de la floricultura nos gustaría comentar que la misma se clasifica en dos ramas: plantas y flores. A las plantas se les define como organismos vivientes autosuficientes pertenecientes al mundo vegetal que pueden habitar en la tierra o en el agua; existen más de 300.000 especies de plantas, de las cuales más de 250.000 producen flores.

Las características propias de una planta son el nivel celular conocido como eucarionte, la nutrición que se da a través de fotosíntesis, respiración y transpiración, el metabolismo del oxígeno y una reproducción que puede ser asexual o sexual.

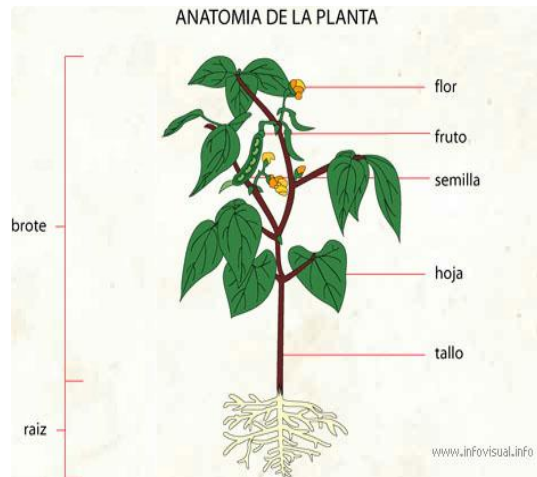


Figura 2.1. Esquema de la anatomía de la planta.

2.1.1. Ornamentales (clasificación).

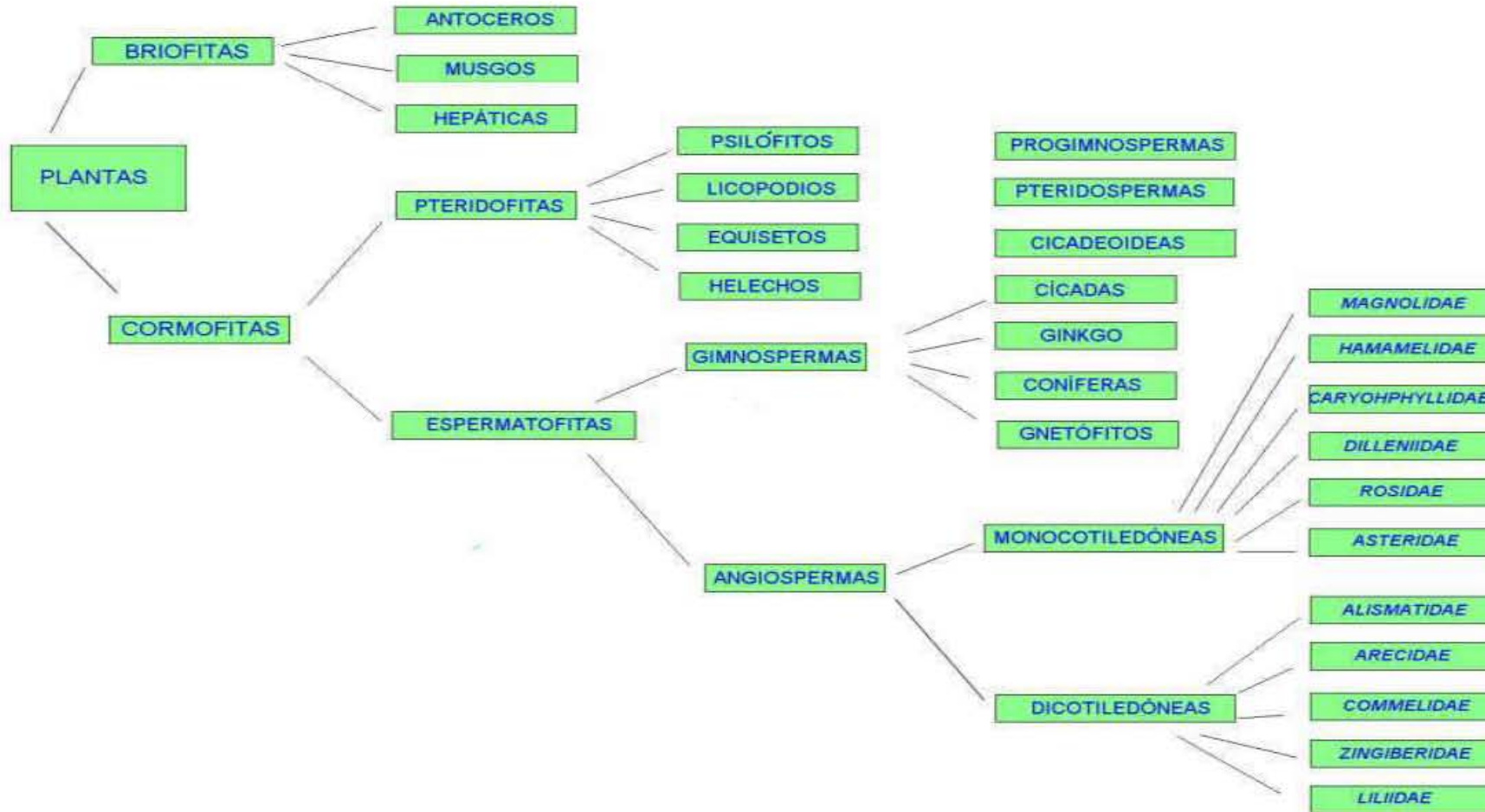
Se le llaman plantas ornamentales a aquellas que son utilizadas para la decoración o adorno de su entorno. Dentro de las plantas ornamentales, se puede distinguir aquellas especies vegetales que se utilizan para decorar ambientes externos como jardines, patios o parques y las plantas que se emplean en la ornamentación de espacios interiores como los hogares o los comercios. Las plantas de exterior pueden mantenerse al aire libre todo el año, mientras que las plantas de interior no son capaces ya que no soportan las bajas temperaturas.



Figura 2.2. Ejemplo de una planta ornamental (Lily morada).

En el siguiente esquema podemos observar la clasificación biológica y taxonómica de los diversos tipos de plantas, siendo la familia de las angiospermas la base para el estudio y desarrollo del presente proyecto.

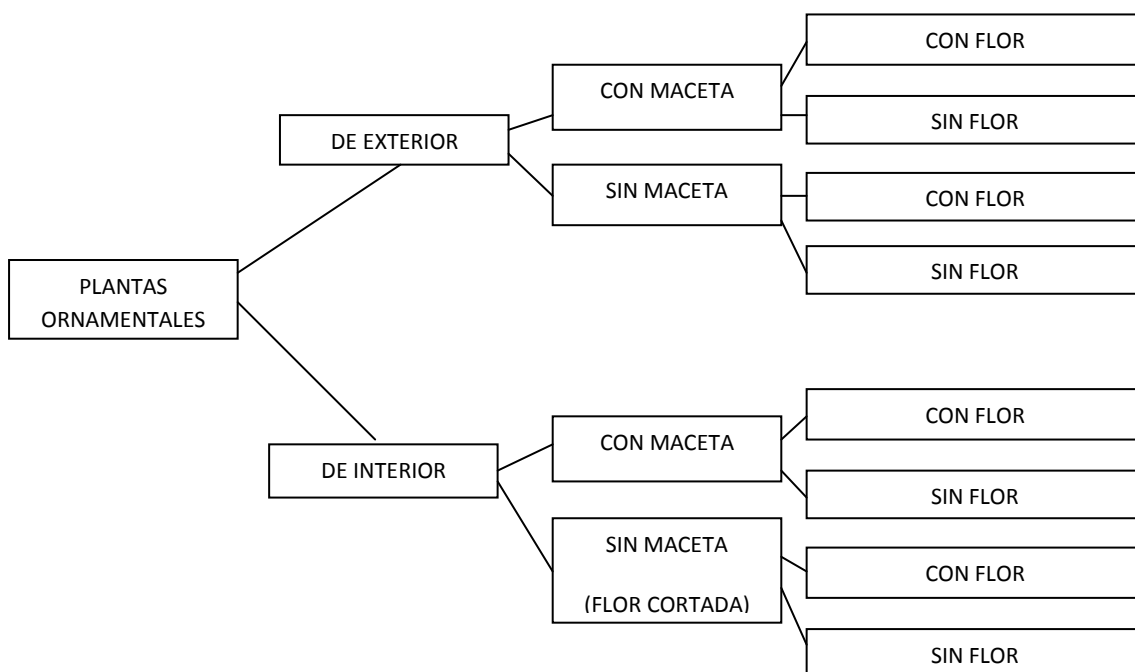
2.3. Esquema general de la clasificación de las plantas.



Fuente: Elaboración propia con información de la página de internet, www.jardinactual.com. Fecha de consulta 11/ Enero/ 2011.

Para entender mejor la clasificación de las plantas en la industria, realizamos el siguiente esquema donde se aprecian las características comerciales de las plantas en México.

Figura 2.4. Esquema de la clasificación comercial de las plantas en México.



Fuente: Elaboración propia con información de la página www.conmexflor.org, Fecha de consulta 12 / Enero / 2011.

2.1.1.1. De exterior.

A las plantas de exteriores se les define como aquellas que forman parte de la flora y vegetación naturales del mismo lugar en el que se plantan, o bien aquellas que suelen estar adaptadas a unas características climáticas similares a las de su origen. Muchas especies se eligen por su follaje decorativo, que puede alcanzar una coloración intensa en otoño, o por la fragancia o la vistosidad de sus flores, como el jazmín de olor, las rosas, o las trepadoras y la hiedra.

Figura 2.5 Ejemplo de una planta de exterior, pata de elefante.



2.1.1.2. De interior.

Actualmente, en muchos hogares existe una creciente afición por la decoración con plantas de interior. En la gris monotonía de las grandes ciudades, estos organismos representan a la naturaleza y precisamente por ello, porque se sitúan fuera de su entorno natural para adornar oficinas, casas, tiendas. Algunas admiten las condiciones durante un breve periodo de días y otras tan sólo un par de semanas.

Se les llama plantas de interior a las que aportan un cierto toque natural al interior de cualquier estancia y además sirven de regalo en fechas especiales, la mayoría de las plantas que viven en el interior de los lugares que habitamos tienen su origen en las zonas tropicales, donde el clima apenas presenta variaciones estacionales y se dan en condiciones ecológicas muy homogéneas a lo largo del año como son el azafrán y los tulipanes.

Figura 2.6. Ejemplo de una planta de Tulipán amarillo



2.2. La Flor.

La flor da una vistosidad característica a las plantas que pueden ser usadas como ornamentales creando un ambiente de equilibrio y armonía. Se ha usado desde tiempos antiguos como símbolo de cariño, gratitud y amistad. Una flor es una estructura de reproducción sexual, característica de cierto tipo de plantas y tiene el propósito de producir semillas de nuevas plantas para la perpetuación de la especie. También da origen a otras dos partes de la planta: La semilla y el fruto.

De la flor se extraen muchas esencias que son útiles, por ejemplo, en perfumería y cosmética. De igual forma hay algunas flores que se comen por contener un alto valor nutricional.

2.2.1. Partes.

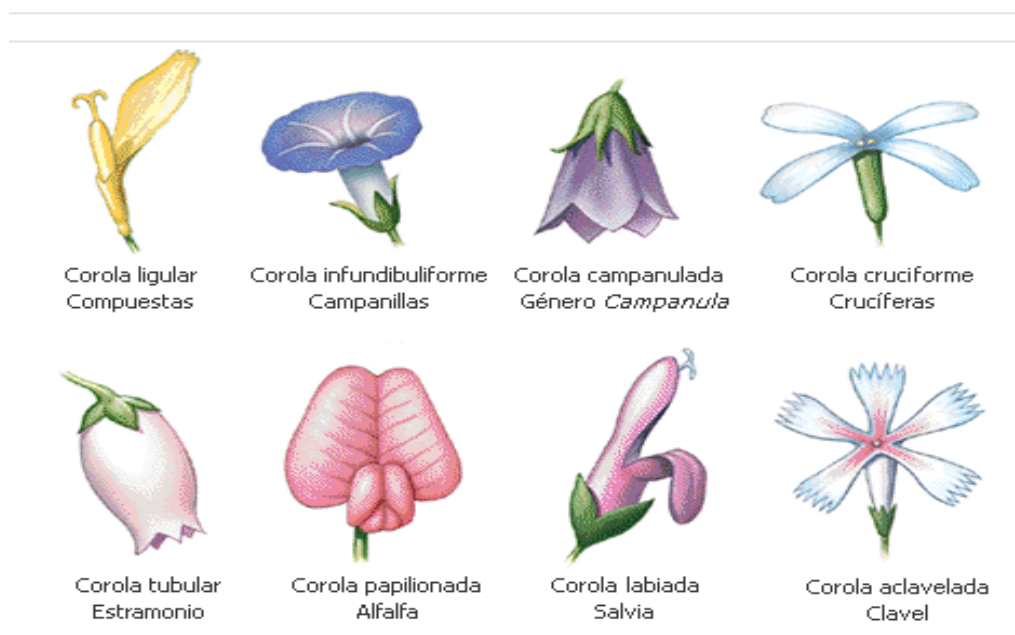
Existen en la naturaleza diversas clasificaciones y variedades de flores, pero a grandes rasgos la flora está formada por tres partes esenciales que son el Cáliz, la corola y el pedúnculo floral.” La mayoría de las flores son hermafroditas, es decir se reproducen de manera asexual ya que contienen ambos órganos sexuales. “Aunque algunas plantas presentan separadas flores femeninas y masculinas. En el interior del Cáliz y la Corola se disponen los órganos sexuales de la flor.”⁷

⁷Cita de página de internet, http://www.jardinactual.com/menu-revista-articulos/237-Partes_de_una_planta:_generalidades Fecha de consulta 23/febrero/2011.

A continuación describimos brevemente las partes de una planta:

- El Cáliz es la parte verde de la flor, de cierta consistencia y formada por hojas modificadas llamadas sépalos.
- La Corola está formada por los pétalos, que suelen ser de colores (es lo que propiamente llamamos flor). Su atractivo está dirigido a atraer la atención de los insectos polinizadores.
- El Pedúnculo floral: une la flor al tallo.

Figura 2.7. Ejemplos de Tipos de corola.



2.2.2. Color.

Las flores deben su color a dos tipos de pigmentos: pigmentos liposolubles contenidos en los cromoplastos y pigmentos hidrosolubles contenidos en las vacuolas de las células epidérmicas de los pétalos. Casi todos los tonos azules y púrpuras se deben a pigmentos vacuolares llamados antocianinas, los rojos se deben a la presencia de pigmentos cromoplásticos mientras que los blancos se deben a la presencia de diminutas bolsas de aire entre las células que los forman.

Figura 2.8. Gladiola azul.



2.2.3. Fragancia.

Todas las flores presentan un aroma, tal aroma o fragancia tiene su origen en la formación de pequeñas cantidades de aceites volátiles por alteración de los aceites esenciales contenidos en los pétalos. “Los perfumes naturales se elaboran con flores como el Jacinto, el heliotropo, la mimosa, el jazmín, la flor de azahar, la rosa y la violeta. Las fragancias atraen a los polinizadores.”⁸

Figura 2.9 Jazmín blanco.



⁸Cita de página de internet, http://www.voyagesphotosmanu.com/evolucion_flores.html Fecha de consulta 25/febrero/2011.

2.3. Floricultura en México.

En México se tiene una larga tradición en el cultivo de flores tales como rosas, claveles, geranios, girasoles, y nochebuenas. Nuestro país cuenta con una gran variedad climática para cultivar diversas especies de flores que son altamente demandadas en el resto del mundo, particularmente en Estados Unidos y Europa. Sin embargo, la floricultura mexicana requiere de un impulso mayor para volverse más competitiva, producir un mayor volumen y variedad de flores y conquistar más mercados.

“México cuenta con 16 mil hectáreas dedicadas al cultivo de flores de ornato en las cuales se producen cerca de 83 mil toneladas de flores. El 80 por ciento de la producción nacional se destina al consumo interno. El Estado de México concentra la mitad de la superficie destinada a la siembra de flores. A pesar de que la superficie a nivel nacional se ha duplicado desde 1990, aún no alcanza la magnitud necesaria para posicionar a México como uno de los mayores productores de flores a nivel mundial”.⁹ El valor agregado en la venta de flores se encuentra en el último eslabón de la cadena de producción, es decir, en las florerías, cuyo negocio es la presentación del producto de manera atractiva y sofisticada al consumidor final.

2.3.1. Floricultura, negocio rentable y con futuro.

El cultivo de flores es una alternativa para ingresar al mundo de agronegocios, sobre todo por su incipiente desarrollo. Sin embargo, como en toda actividad productiva la rentabilidad dependerá de los cuidados, la calidad y canales de comercialización que se establezcan. “La floricultura es una actividad que de su producción destina sólo 20 o 25 por ciento al mercado externo. Las principales zonas productoras se encuentran en Puebla, que aporta 20 por ciento de la producción total; Sinaloa, 18; Estado de México, 16; Michoacán, 14; y Morelos, 6 por ciento. El 45 por ciento son flores de corte (rosas, crisantemos, claveles y gladiolos, principalmente), 46 por ciento flores forrajeras o de campo y 8 por

⁹ Cita de página de internet (Consejo mexicano de la flor)
<http://www.conmexflor.org/documents.php?doccatid=25&documentid=287> Fecha de consulta 26/febrero/2011.

ciento flores y plantas de vivero (Nochebuena, helechos, pensamientos o petunias)".¹⁰

La tendencia mundial ha variado en los últimos años; la demanda de flores exóticas como las aves del paraíso, los anturios y las orquídeas está creciendo rápidamente. Esta alternativa de producción es muy factible en México. Si se incorporara esta nueva tendencia en nuestro país, se traduciría en una opción que representaría un mayor valor comercial para el productor y una oportunidad de exportación a diferentes mercados selectos en el consumo de flores de alto valor.

El mayor valor agregado en la venta de flores se obtiene en el último eslabón de la cadena de producción, es decir, en las florerías, cuyo negocio es la presentación del producto de manera atractiva y sofisticada al consumidor final y cuyos costos son relativamente bajos, por lo que una mayor organización de los productores con miras a incorporarse en toda la cadena de valor, les brindaría mayores ingresos al colocar su producto de una manera más directa.

“El desafío principal es lograr los volúmenes requeridos, lo que se puede impulsar ampliando la superficie de tierras dedicadas a esta actividad. Pero hasta ahora la producción de flores se ha llevado a cabo primordialmente en pequeños predios de entre 1 y 3 hectáreas. Esta baja escala de producción socava los esfuerzos de los más de 10 mil productores de flores y plantas del país para generar un nivel de producción elevado con bajos costos de producción. Uno de los efectos de la pulverización de la tierra es que el productor se limita a cultivar variedades de flores que no necesitan una amplia extensión territorial para ser cosechadas y que históricamente han funcionado para la venta en el mercado nacional, como los crisantemos, rosas y claveles. Esto implica recibir precios bajos por su producto, en lugar de producir otras especies que les proporcionarían mayores beneficios”.¹¹

¹⁰ Cita de pagina de internet, <http://www.conmexflor.org/documents.php?doccatid=25&documentid=260> Fecha de consulta 26/febrero/2011.

¹¹ Cita de página de internet, <http://www.oem.com.mx/elmexicano/notas/n1240139.htm> Fecha de consulta 26/febrero/2011.

México se encuentra entre las 10 principales naciones productoras de flores; el primer lugar lo ocupa Holanda, seguida de Colombia, Italia y Dinamarca. El sector necesita acceder a financiamiento para la adquisición de nueva infraestructura, así como recibir una adecuada capacitación para el uso de la tecnología de punta, que permita desarrollar técnicas de utilización de fertilizantes y plaguicidas más limpios y seguros para el organismo humano y el medio ambiente. “Las organizaciones y uniones de productores deben fortalecerse, de manera que puedan distribuir y comercializar las flores en los mercados nacional e internacional, reduciendo sus costos e incrementando sus ingresos y así elevar la calidad de vida de todas las familias que participan en dicha actividad”.¹²

Figura 2.10. Flor de Nochebuena.

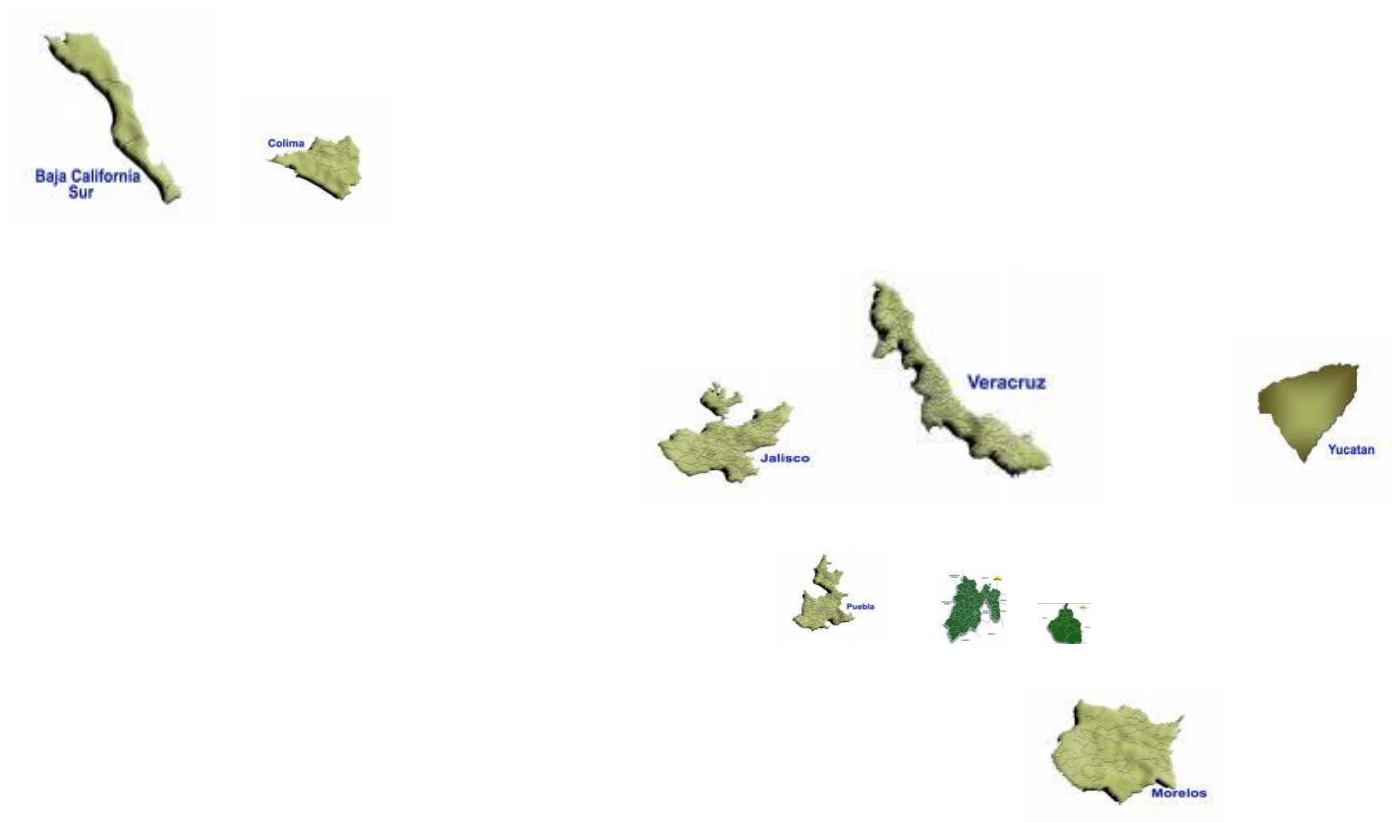


¹²Cita de página de internet <http://www.oem.com.mx/elsoldemexico/notas/n1240139.htm> Fecha de consulta 26/febrero/2011.

2.3.2. Principales productores.

Las entidades más importantes en producción de plantas ornamentales son: Baja California sur, Coahuila, Colima, Chiapas, Distrito Federal, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Morelos, Puebla, Querétaro, Tabasco, Tamaulipas, Veracruz y Estado de México, que destaca en forma considerable.

Figura 2.11. Mapa de los principales estados floriculturales en México.



A esta actividad se dedican unos 10 mil productores, con una extensión aproximada de 22 mil hectáreas, de las cuales 52 por ciento, es decir, 12,884 hectáreas, se dedican al cultivo ornamental, como son flores, plantas y follajes; mientras que el 48 por ciento restante se dedica a otros usos industriales como alimentaria y cosmética. “La actividad genera más de 70 mil jornales directos y

alrededor de 30 mil jornales indirectos. Se considera que por hectárea de cultivo se contratan alrededor de 15 trabajadores. (Fuente: CMF)".¹³

2.3.3. Productos.

Los productos que se obtienen de la floricultura son: "El 45 % por ciento flores de corte (rosas, crisantemos, claveles y gladiolos, principalmente) y el 46 % flores forrajeras o de campo y 8 por ciento flores y plantas de vivero (Nochebuena, helechos, pensamientos o petunias)".¹⁴

Figura 2.12. Rosa.



Figura 2.13 Clavel.



¹³ Cita de página de internet :

http://www.imagenagropecuaria.com/articulos.php?id_art=45&id_sec=1 Fecha de consulta 28/febrero/2011.

¹⁴ Cita de página de internet:

http://www.imagenagropecuaria.com/articulos.php?id_art=45&id_sec=1 Fecha de consulta 28/febrero/2011.

CAPÍTULO III. PROPUESTA PARA PONER EN OPERACIÓN UNA COMERCIALIZADORA DE FLORES LLAMADA “BLUMEN” MEDIANTE LA VENTA Y ELABORACIÓN DE ARREGLOS FLORALES CON ENTREGA A DOMICILIO.

3.1. Antecedentes.

Las flores son un producto atractivo, ya sea por sus fragancias, colores, tamaños o texturas siempre manifiestan una belleza plena y cautivadora. Los consumidores utilizan flores con diversos propósitos: desde un regalo, decoración o hasta con motivo de respeto.

El negocio de las flores es rentable, sin embargo existen circunstancias en el mercado que hacen que el producto se encarezca y pierda originalidad en sus presentaciones. Por ejemplo en zonas del noroeste de nuestro país se ha vuelto un producto de lujo debido a los cambios de clima extremosos y las altas temperaturas.

Una flor no dura para siempre, pero el efecto que logra en el estado de ánimo de cualquier persona representa un cambio invariablemente perdurable en las emociones de quien la admira.

Por lo anterior en el presente estudio buscamos que sea factible el establecimiento de un negocio de flores boutique a través de un plan de negocios que nos permita conocer las características de este mercado que demanda la gente de la capital del estado de Sinaloa, así como sus gustos y preferencias. También conocer quiénes son nuestra competencia y los montos a invertir. La cuestión es llegar a determinar la factibilidad del proyecto.

Estado de Sinaloa.

El estado de Sinaloa es tierra de privilegio en la República Mexicana tanto por su extensión territorial, como por las riquezas naturales con las que cuenta. Tiene una superficie de 58,328 kilómetros cuadrados que se dividen políticamente en 18 municipios. Se localiza entre los paralelos 22° 22' y 27° 18' de la latitud norte y los 107° 13' y 109° 02' de longitud oeste, ocupando la zona norte de la costa mexicana del Océano Pacífico. Limita al norte con Sonora y Chihuahua; al este con Durango; al sur con Nayarit y al oeste con el Golfo de California y el Océano Pacífico. Es un corredor natural, de norte a sur, que posee caudalosos ríos y ricos mantos acuíferos, playas, selvas espinosas, montañas, desiertos y breñales huizacheros.

Su capital es Culiacán con importancia industrial y agrícola, con aproximadamente 858,638 habitantes. Le siguen en importancia y tamaño Mazatlán destino turístico, pesquero y portuario con aproximadamente 403.888 habitantes, y Los Mochis centro agrícola, pesquero, turístico e industrial con aproximadamente 388.344 habitantes.”¹⁵

Sinaloa es uno de los estados agrícolas más importantes en México; adicionalmente, cuenta con una de las más grandes flotas de pesca del país. Culturalmente, es conocida por su música típica, la Banda o Tambora; la hulama, versión regional de juego de pelota prehispánico, se practica todavía en el estado.

¹⁵Cita de página de internet, <http://www.sinaloa.gob.mx/index.php/sinaloa/listado-de-municipios/19-culiacan>. Fecha de consulta febrero/2011.

Figura 3.1. Escudo del estado de Sinaloa.



Clima

El trópico de cáncer atraviesa Sinaloa cerca de Mazatlán, y esto es factor determinante para definir su clima. En la planicie costera es cálido y húmedo durante el verano y primavera en el invierno; en las zonas montañosas es templado y en las alturas de la sierra madre Occidental es sumamente frío. Así que Sinaloa se divide en tres regiones climáticas. Hacia el sur, desde el río Piaxtla hasta los límites con Nayarit es sabana tropical. En el norte, en los municipios de Guasave y Guamuchil, es estepario y cerca de Sonora se convierte en semidesértico.

Figura 3.2. Estado de Sinaloa.



Municipio de Culiacán.

Ciudad capital del estado de Sinaloa, a 1,200 kilómetros del Distrito Federal. Se encuentra situado en un fértil valle, en la ribera izquierda del río Culiacán, donde confluyen los ríos Tamazula y Humaya. Su temperatura media anual es de 27 grados centígrados y su clima es cálido y seco. Esta a 84 metros sobre el nivel del mar. Se fundó en el año 1533, en lo que ya era la Villa de San Miguel de Culiacán. Su nombre significa “Entre dos aguas” o “Donde se juntan las aguas”.

Sindicaturas del municipio de Culiacán.

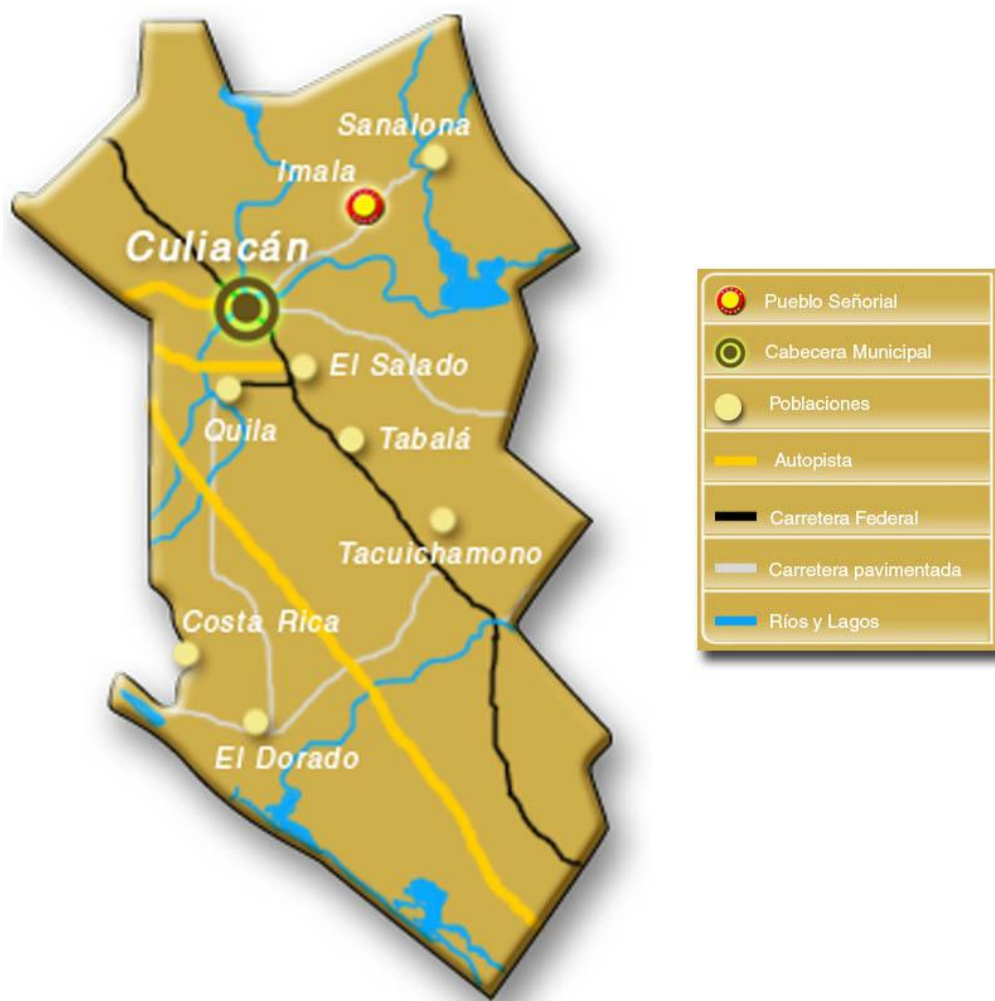
Culiacán cuenta con 17 sindicaturas, dedicadas principalmente al comercio y turismo. La más cercana es Costa Rica, que es la más beneficiada y la más conocida porque está a un lado de la carretera Culiacán El Dorado hacia Mazatlán.

Tabla 3.1 Sindicaturas del municipio de Culiacán.

Culiacán	Sindicaturas
	1. Aguaruto
	2. Baila
	3. Costa Rica
	4. Culiacancito
	5. El Salado
	6. El Tamarindo
	7. El Dorado 628
	8. Emiliano Zapata
	9. Higueras de Abuya
	10. Imala
	11. Jesús María
	12. Las Tapias
	13. Quila
	14. San Lorenzo
	15. Sanalona
	16. Tacuichamona
17. Tepuche	

De ser viable el proyecto, buscaremos que se ubique en el municipio de Culiacán, Sinaloa, dicha ciudad cuenta con la población más importante del estado. (858,638 habitantes).

Figura 3.3. Municipio de Culiacán y principales sindicaturas.



3.2. Estudio de mercado.

El estudio de mercado se refiere a la aplicación de la técnica de investigación de mercados, la cual nos permite allegarnos de la información acerca de las necesidades y preferencias del consumidor, la cual es fundamental para tomar decisiones referentes a los atributos funcionales, económicos y simbólicos de productos y servicios que se pretenden ofrecer en un cierto mercado. La investigación de mercados auxilia en el proceso de adquisición de información real y relevante para mejorar las relaciones entre los productos y servicios ofrecidos a los consumidores de un mercado. En su libro “Investigación de mercados teoría y práctica” Laura Fischer menciona ciertas cualidades que logra resolver este instrumento como son:

- Crear ideas sobre bases reales, controlando, dirigiendo y disciplinando acciones que habrán de seguirse y evaluarse en el futuro.
- Facilita el desarrollo de planes sobre consumidores, distribuidores, productos, a través de políticas sólidas creadas desde el mercado objetivo.
- Es un mecanismo de control ya que permite predecir el éxito o fracaso de un cierto producto, evaluando la línea óptima para una empresa, las expectativas del consumidor, prueba de prototipos etc.

Con lo anterior proponemos la siguiente definición:

El estudio de mercados se realiza a través de una investigación que tiene como objetivo principal proporcionar información útil para la solución de diversos problemas de las organizaciones, así como servir una guía sólida para la toma de decisiones que contribuyan al éxito de la satisfacción de necesidades y preferencias de los consumidores dentro del mercado de la empresa.

Los elementos que constituyen la investigación para el proyecto son:

- Determinación del objetivo.
- Investigación preliminar

- Determinación de la hipótesis.
- Método básico de recolección de información.
- Determinación de la muestra y el universo.
- Diseño del cuestionario.
- Trabajo de campo.
- Tabulación.
- Análisis e interpretación.
- Conclusiones.
- Presentación del informe final.

3.2.1. Identificación del problema.

La definición correcta del problema es el primer paso crucial en el proceso del estudio de mercados. Si el problema de la investigación se define en forma incorrecta, los objetivos de la investigación también serán erróneos. Por eso es que la investigación de mercados se inicia con el reconocimiento de un problema o una oportunidad de marketing.

Un proyecto de investigación de mercados es efectivo si proporciona información que sirva de apoyo para realizar mejores acciones de negocios, decisiones, productos o estrategias. Por lo cual para la siguiente investigación hemos definido la problemática de la siguiente forma:

- ¿Cuáles son las oportunidades de negocio para establecer una comercializadora de flores en la ciudad de Culiacán?

3.2.2. Objetivo del estudio.

Nuestro objetivo de investigación es identificar las preferencias en el consumo de flores de los habitantes de Culiacán Sinaloa con una edad entre los 15 y 59 años, así como conocer la frecuencia de compra y la competencia en el mercado.

3.2.3. Hipótesis.

A continuación presentamos las hipótesis que apoyan el proyecto.

- a) La frecuencia de compra es mensual, y tiene alta demanda en determinadas fechas conmemorativas durante el año.
- b) La calidad y el precio son factores decisivos en el volumen de las ventas.
- c) Los diseños personalizados, materiales diversos y presentaciones de los arreglos son un campo poco explotado por la competencia.

3.2.4. Público objetivo.

El público objetivo, también conocido como target, es aquel segmento del mercado al que se encuentra dirigido un bien o servicio. Este público se define por su edad, género, y diversas variables socioeconómicas (Niveles socioeconómicos.)

El público objetivo para el proyecto lo comprenden las personas que habitan en la ciudad de Culiacán de entre 15 y 59 años y con un ingreso mensual alrededor de los \$5,000.00 pesos. Se eligió este segmento de la población por sus costumbres, gustos e ingresos.

3.2.5. La investigación de mercados.

La investigación de mercados introduce una comunicación directa entre el consumidor y el vendedor, recopilando información que permite identificar y definir las oportunidades y problemas del comportamiento de un cierto mercado. “Especifica la información requerida para abordar la planeación, recopilación y análisis de datos pertinentes para la toma de decisiones del marketing”.¹⁶

¹⁶ Gates Roger y McDaniel Carl, *Investigación de Mercados*, 6ª ed, thomson, 2005, pag 4.

3.2.5.1. Segmento del mercado.

La segmentación de mercados es el proceso de analizar el mercado con el fin de identificar grupos de consumidores que tienen características comunes con respecto a la satisfacción de necesidades específicas.

3.2.5.1.1. Características de la segmentación de mercados.

A continuación se enuncian las características principales de una segmentación de mercado:

- Es un proceso de evaluación permanente.
- Consiste en identificar grupos y no en crearlos.
- Los segmentos existen en función de las características de los consumidores y no en función de los productos que satisfacen sus necesidades.

El segmento al cual estarían enfocados nuestros productos son personas que cumplirían con las siguientes características: edad, sexo, nivel socioeconómico y región representadas en la siguiente tabla.

Tabla 3.2. Segmentación de mercados.

Geográfica	Región	Culiacán, Sinaloa
	Tamaño de la ciudad	4.758,9 km ²
Demográfica	Edad	De 15 a 59 años
	Sexo	Indistinto
	Nivel socioeconómico	C ,C+ y D
	Ingresos mensuales	Desde \$ 6,800
	Ocupación	Indistinta

Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI 2010.

3.2.5.1.2. Niveles socioeconómicos.

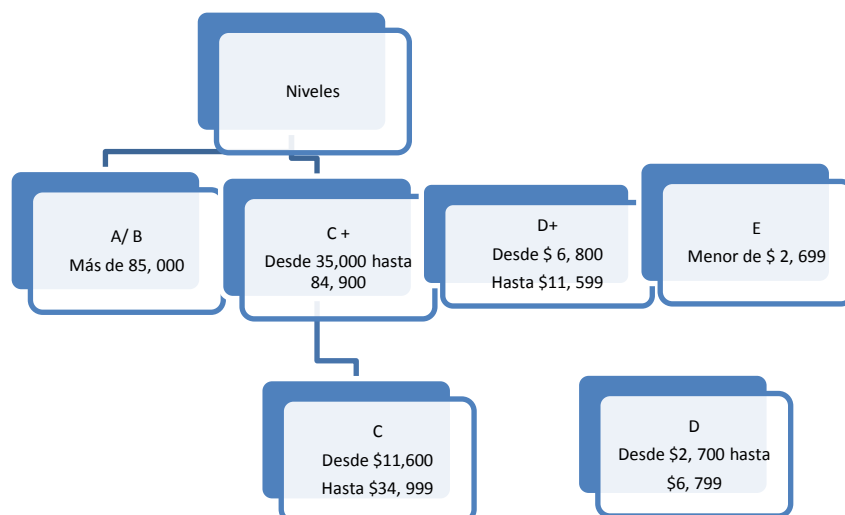
El estudio de los niveles socioeconómicos en México es una herramienta que logra realizar una correcta interpretación del ingreso familiar, su distribución porcentual del gasto, el tamaño y la distribución de la población que le corresponde a cada nivel tanto en toda la República como de las principales ciudades.

La información de la clasificación de los niveles socioeconómicos fue obtenida de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación y Opinión Pública (AMAI) y es necesaria para determinar los niveles a los cuales se enfocarán las flores “Blumen” de acuerdo a sus ingresos y gastos. Todo esto nos permite contar con un criterio confiable y homogéneo para así poder seleccionar y estudiar el nivel adecuado al ingreso.

Tabla 3.3 Ingreso familiar por niveles socioeconómicos por la AMAI 2008.

Niveles Socioeconómicos	Ingreso Mensual Familiar
A/ B	Más de \$ 85,000
C+	De \$ 35,000 hasta \$84,900
C	De 11, 600 hasta \$ 34,999
D+	De 6,800 hasta \$ 11,599
D	De 2, 700 hasta \$ 6,799
E	Menos de \$ 2,699

Figura 3.4 Niveles socioeconómicos de la AMAI.



La distribución porcentual que maneja AMAI, hace notar los niveles que se destinan al gasto de “accesorios y efectos personales” rubro donde obtenemos datos importantes para la estructura de la investigación.

En la siguiente tabla se muestran los porcentajes por concepto de ingresos y gastos.

Tabla 3.4 Distribución porcentual del gasto por nivel Asociación Mexicana de Agencias de Investigación y Opinión Pública (AMAI)

Gastos	NIVELES SOCIOECONÓMICOS					
	A/B	C+	C	D+	D	E
Alimentos y bebidas consumidas dentro del hogar	10.5%	15.9%	20.9%	28.2%	34.15	
Alimentos y bebidas consumidas fuera del hogar	6.1%	6.4%	6.7%	5.9%	5.65	37.3%
Tabaco	0.1%	0.2%	0.2%	0.3%	0.3%	7.5%
Vestido y calzado	4.0%	4.4%	4.5%	4.5%	4.6%	0.3%
Servicios del hogar (Gas, Agua, Electricidad)	7.1%	7.9%	10.3%	11.6%	12.4%	4.3%
Limpieza y cuidado de la casa	5.0%	3.8%	3.1%	3.4%	3.5%	13.2%
Enseres domésticos	1.0%	1.0%	1.0%	0.8%	0.8%	3.8%
Cuidados médicos y al conservación de la salud	3.1%	2.9%	2.6%	2.4%	2.3%	0.6%
Transporte público	0.6%	2.0%	4.3%	6.9%	9.5%	2.1%
Transporte foráneo	1.1%	0.7%	0.6%	0.5%	0.4%	10.2%
Vehículos	10.2%	10.7%	7.9%	5.3%	1.5%	0.3%
Comunicación	4.1%	5.0%	4.9%	4.7%	3.7%	0.3%
Educación	11.7%	9.3%	8.4%	7.25	7.5%	2.85
Esparcimiento	6.0%	5.3%	3.9%	2.8%	1.7%	6.1%
Cuidado personal	3.2%	4.2%	4.7%	5.6%	6.3%	1.5%

Accesorios y efectos personales	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	6.2%
Cuota vivienda	1.4%	1.9%	1.5%	1.2%	0.3%	0.1%
Mantenimiento y reparación vivienda	1.6%	1.3%	1.0%	0.7%	0.7%	0.1%
Depósitos bancarios/ tandas	10.1%	4.0%	2.8%	2.6%	1.6%	1.2%
Préstamos	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%
Pagos tarjetas y casas comerciales	4.6%	6.4%	3.6%	1.4%	0.6%	0.2%
Deudas	1.3%	0.9%	1.6%	1.1%	1.0%	0.8%
Otras erogaciones y gastos	7.4%	5.3%	5.3%	2.5%	1.5%	0.8%







Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta nacional del ingreso y gasto 2008































3.2.5.2. Determinación del grupo de estudio.































3.2.5.2.1. Características generales.

La siguiente tabla muestra las características generales de la población del estado de Sinaloa (Demografía, condiciones económicas, tamaño, educación, medio ambiente, trabajo, seguridad, etc.) y su referencia porcentual al total del país.

Tabla 3.5 Características de la población del estado de Sinaloa.

Estadística	Sinaloa	Estados Unidos Mexicanos
Agropecuario y aprovechamiento forestal Ver más		
  Superficie sembrada total (Hectáreas), 2009	1,305,332	21,855,443
  Superficie cosechada total (Hectáreas), 2009	1,157,032	18,706,240
  Superficie mecanizada (Hectáreas), 2009	1,305,332	11,158,176

Educación y cultura		
  Población de 5 y más años con primaria, 2010	891,537	36,467,510
  Total de escuelas en educación básica y media superior, 2009	6,327	239,186
  Bibliotecas públicas, 2009	No disponible	8,311
Industria		
  Usuarios de energía eléctrica, 2009	909,000	32,771,405
  Valor de las ventas de energía eléctrica (Miles de pesos), 2009	6,208,095	215,099,404
  Inversión pública ejercida en obras de electrificación (Miles de pesos), 2009	156,579	4,718,065
Información económica agregada		
  Producto Interno Bruto Estatal (Miles de pesos), 2009	167,487,186	7,977,299,703
  Producto Interno Bruto del Sector Primario (Miles de pesos), 2009	21,882,140	324,551,124
  Producto Interno Bruto del Sector Secundario (Miles de pesos), 2009	30,103,598	2,506,895,530
Medio ambiente		
  Superficie continental (Kilómetros cuadrados), 2005	57,377.16	1,959,247.98
  Superficie de agricultura (Kilómetros cuadrados), 2005	19,079.02	310,178.89
  Superficie de áreas sin vegetación (Kilómetros cuadrados), 2005	438.61	9,306.86
Población		
  Población total, 2010	2,767,761	112,336,538
  Nacimientos, 2008	61,559	2,628,885
  Defunciones generales, 2009	13,720	563,516







Salud		
  Población derechohabiente, 2010	2,074,048	72,514,513
  Personal médico, 2009	5,456	189,531
  Unidades médicas, 2009	489	21,887
Seguridad y orden público		
  Delitos registrados en averiguaciones previas del fuero común, 2009	27,566	1,736,219
  Accidentes de tránsito terrestres en zonas urbanas y suburbanas, 2009	14,272	428,467
  Capacidad de los Centros de Readaptación Social, 2009	6,344	159,224
Servicios		
  Mercados públicos, 2009	45	2,310
  Centrales de abasto, 2009	3	84
  Aeropuertos, 2009	3	77
Trabajo		
  Población de 14 y más años, 2010	1,995,390	79,340,285
  Población Económicamente Activa, 2010	1,204,877	46,092,460
  Población No Económicamente Activa, 2010	790,513	33,247,825
Vivienda y urbanización		
  Viviendas particulares, 2010	713,142	28,607,568
  Promedio de ocupantes por vivienda particular, 2010	3.9	3.9
  Parques de juegos infantiles, 2009	305	5,084

Fuente: Elaboración propia con información del INEGI 2010.

3.2.5.2.2. Grupo de estudio.

Para determinar el grupo de estudio se toman en cuenta los datos mostrados previamente de la población de Sinaloa, donde se seleccionará la ciudad de Culiacán debido a que cumple con las expectativas generales para el proyecto (población, edad, ingreso y mercado). Siguiendo los criterios definidos para la investigación se procede a definir a la población de estudio compuesta por hombres y mujeres de 15 a 59 años que viven en el municipio de Culiacán. La elección de dichos estratos es con fundamento de que dentro de esta localidad se encuentra el mercado al cual están dirigidos los productos de Blumen de acuerdo a su nivel socioeconómico. La tabla 3.6 explica las características por estrato de la población de Culiacán (características principales de los habitantes de 15 a 70 años de edad). La figura 3.5 y 3.6 representan la distribución grafica de los niveles socioeconómicos del estado de Sinaloa y el municipio de Culiacán.

Tabla 3.6. Niveles socioeconomicos.

Color	Niveles socioeconómicos	Ingreso mensual familiar
	A/ B	Más de \$ 85,000
	C+	De \$ 35,000 hasta \$84,900
	C	De 11, 600 hasta \$ 34,999
	D+	De 6,800 hasta \$ 11,599
	D	De 2, 700 hasta \$ 6,799
	E	Menos de \$ 2,699

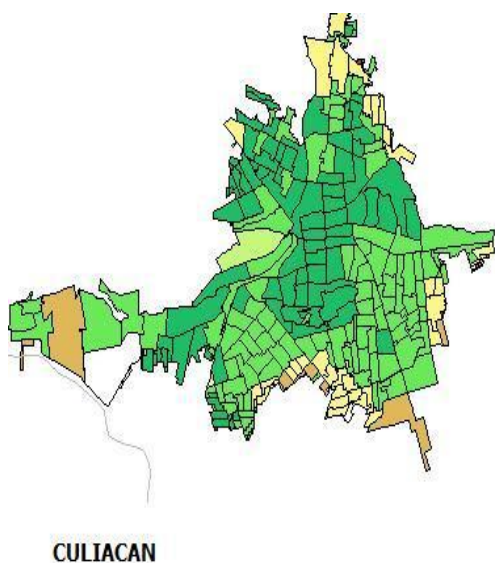
Fuente: Asociación Mexicana de Agencias de Investigación y Opinión Pública (AMAI) 2008).

Figura 3.5. Niveles socioeconómicos del estado de Sinaloa.



Fuente Asociación Mexicana de Agencias de Investigación y Opinión Pública (AMAI) 2008).

Figura 3.6. Niveles socioeconómicos del municipio de Culiacán.



Color	Niveles socioeconómicos	Ingreso mensual familiar
	A/ B	Más de \$ 85,000
	C+	De \$ 35,000 hasta \$84,900
	C	De 11, 600 hasta \$ 34,999
	D+	De 6,800 hasta \$ 11,599
	D	De 2, 700 hasta \$ 6,799
	E	Menos de \$ 2,699

(Fuente Asociación Mexicana de Agencias de Investigación y Opinión Pública (AMAI) 2008)

3.2.6. Fuentes de información.

Las fuentes de información Son todos los recursos que contienen datos formales, informales, escritos u orales. Se dividen en dos tipos:

- Fuentes primarias.

Contienen información original, que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más. “Son producto de una investigación o de una actividad eminentemente creativa.”¹⁷

- Fuentes secundarias.

Los datos secundarios consisten en una información que ya se ha recopilado y que podría ser pertinente para el problema de investigación del que se trata. Las fuentes incluyen departamentos del gobierno (federal, estatal y local), asociaciones comerciales, cámaras de comercio, revistas especializadas, etc.

3.2.6.1. Fuentes de información primaria.

A continuación daremos una breve explicación de las fuentes primarias.

Fuentes Primarias:

- Observación: El método de observación es una técnica utilizada para captar un panorama general del entorno en el cual los gustos y preferencias del consumidor son realizados.
- Cuestionarios: un cuestionario es una serie de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para lograr los objetivos del proyecto de investigación “también se le llama programa de entrevistas o instrumento de encuesta”¹⁸.
- Comprador misterioso: esta técnica recopila datos acerca de una tienda y las interacciones entre clientes y empleados. Es útil para evaluar la capacitación de los empleados, niveles de servicio, algunos procesos de la competencia y su monitoreo.

¹⁷ Cita de página de internet:<http://ponce.inter.edu/cai/manuales/FUENTES-PRIMARIA.pdf>.

Fecha de consulta Febrero 2011.

¹⁸ Gates Roger y McDaniel Carl, *Investigación de Mercados*, 6ª ed, thomson,2005, pag 318.

3.2.6.2. Fuentes de información primarias seleccionadas para el proyecto.

Para efectos de la investigación se han elegido las técnicas del cuestionario fusionado con la técnica de la observación y el comprador misterioso.

Se eligieron los siguientes lugares para la aplicación de este instrumento:

- Establecimientos de flores en centros comerciales, boutiques y mercados populares. Esto es para la técnica del comprador misterioso.
- Boutiques dedicadas a los arreglos florales. Para la técnica de la observación.
- Plazas y centros comerciales para el instrumento del cuestionario.

3.2.6.3. Fuentes de información secundarias.

Los datos secundarios son información previamente seleccionada y estudiada por distintos medios que crean bases de datos relacionadas, usadas generalmente para consulta y referencia.

En el estudio hacemos referencia a las siguientes bases de datos secundarias, con las cuales hemos organizado nuestro marco teórico para la investigación y su desarrollo.

3.2.6.3.1. Fuentes gubernamentales.

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI. (Página de internet).
- Gobierno del Estado de Sinaloa. (Página de internet oficial del estado).
- Secretaría de Economía. (Página de internet).

3.2.6.3.2. Fuentes académicas.

Se hace referencia y consulta a medios escritos y digitales.

- Universidad Autónoma de Chapingo. (Página de internet).
- Universidad Nacional Autónoma de México. (Página de internet).
- Universidad autónoma de Sinaloa. (Página de internet).

3.2.6.3.3. Internet.

- Directorios de búsqueda, : Google, Yahoo y Alta Vista.
- Revistas en internet: Infoagro, Jardín Actual, Infor rural, 2000 agro, Imagen Agropecuaria y Soy Entreprenur.
- Páginas de internet:
 - ❖ www.consejosdenegocios.net.
 - ❖ www.eticaygestion.org
 - ❖ www.contactopyme.gob.mx
 - ❖ www.promonegocios.net
 - ❖ www.comerciomexico.com

3.2.6.3.4. Asociaciones especializadas.

- Consejo Mexicano de la Flor. (Página de internet).
- Asociación de Pequeños Productores de Flores Varias, A. C. (Página de internet).
- Asociación de Floricultores de Villa Guerrero, A. C. (Página de internet).

3.2.7. Determinación de la muestra.

“En las discusiones del muestreo los términos de población y universo a menudo se utilizan de manera intercambiable.”¹⁹ Para la investigación utilizamos la palabra población.

3.2.7.1. Determinación de la población.

Después de un análisis de la información anterior se estableció como la población para el estudio, las personas que habitan en el Municipio de Culiacán del estado de Sinaloa. Debido a que es la mayor población concentrada en la ciudad capital y reúne las características más importantes y deseables para el proyecto.

3.2.7.2. Método de muestreo.

“El muestreo se refiere al proceso de obtener información de un subconjunto (una muestra) de un grupo más grande (el universo o población).”²⁰ Donde se realiza una estimación de las características representativas del grupo más grande.

El muestreo que se utilizó para el proyecto es el muestreo estratificado que consiste en la división previa de la población de estudio en grupos homogéneos con respecto a las características que se van a estudiar.

A cada uno de estos estratos se le asignó un porcentaje para determinar el número de miembros de los mismos que componen la muestra. Para definir los estratos se realizó una asignación óptima de la muestra de acuerdo a su variabilidad. Dichos estratos se presentan respectivamente en las tablas 3.7, 3.8, 3.9, 3.10, 3.11 y 3.12.

¹⁹ Gates Roger y McDaniel Carl, *Investigación de Mercados*, 6ª ed, thomson,2005, pag 356.

²⁰ Gates Roger y McDaniel Carl, *Investigación de Mercados*, 6ª ed, thomson,2005, pag 357.

La metodología para la distribución es:

- Determinar la población total por estrato (Sexo).
- Obtener el porcentaje correspondiente a cada estrato.
- Determinar el número de encuestas a aplicar en cada delegación, como se muestra en la tabla 3.7.

3.2.7.3. Definición de la población de interés.

La población de interés es el conjunto de personas que proporcionan la información clave para satisfacer los objetivos de la investigación.

Se realizó la consulta con la base de datos del INEGI correspondiente al año 2010 de los “Principales resultados por localidad” para determinar la población objetivo.

Tabla 3.7. Muestreo Estratificado por lugar de Residencia

Municipio	TOTAL MUJERES	TOTAL HOMBRES	TOTAL
CULIACÁN	436,131	422,507	858,638

Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI 2010.

Considerando el total de la población que habita en el municipio de Culiacán, se decidió aplicar con conocimiento previo, los usos y costumbres de la región y compararlo con la información del presente estudio, con lo cual se definió el criterio general para el proyecto. Logrando definir a la población de interés como aquella que contiene las siguientes características restrictivas:

- Hombres y mujeres de 15 a 59 años de edad.

3.2.7.4. Determinación del tamaño de la muestra.

Para la determinación de la muestra se realizó una base de estratificación compuesta por hombres y mujeres, estos estratos son mutuamente exclusivos y su selección está realizada en muestras simples aleatorias independientes para cada estrato. (Según Laura Fischer en su libro Introducción a la investigación de mercados) “la población a considerar es infinita porque excede de 500,000 personas”²¹

A continuación se menciona la fórmula utilizada para la muestra y sus criterios de error.

- Siguiendo el criterio de restricción definido para la población de interés realizamos la exclusión de los estratos de edad de 0 a 14 años y de 60 años y más, con el objetivo de obtener la población que contiene la muestra del estudio. Esto lo obtenemos de la sustracción de la primera y segunda población, teniendo como resultado la población origen de datos como lo muestra la siguiente tabla.

Tabla 3.8. Muestreo Estratificado por edad.

Población Total Culiacán.	Población total de 15 años y más.	Población total de 60 años y más.	Población de origen.
858,638	607,784	69,067	538,717

Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI 2010.

- La población a considerar es de 538,717.
- Se determinan los porcentajes de la población para cada sexo y edad (Estratos definidos para el estudio).

²¹ FISCHER, Laura, Introducción a la investigación de mercados, México, Interamericana, 1996, p 40-42.

Tabla 3.9. Muestreo Estratificado por edad (femenino).

Población Total Estudio.	Población Femenina total de 15 años y más.	Población Femenina de 60 años y más.	Población del estrato femenino.
538,717	312,646	36,952	275,694

Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI 2010.

La población Femenina es de 275,694 personas.

Tabla 3.10. Muestreo Estratificado por edad (masculino).

Población Total Estudio.	Población masculina total de 15 años y más.	Población masculina de 60 años y más.	Población del estrato masculino.
538,717	295,138	32,115	263,023

Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI 2010.

La población Masculina es de 263,023 personas.

Los dos estratos principales del proyecto son: las mujeres y hombres que cubren con las características antes mencionadas, como resultado la suma de estos estratos es de 538,717 personas para la investigación.

Considerando lo anterior podemos decir que:

- No existen investigaciones previas sobre nuestro objeto de estudio, por lo que se requiere explorar e indagar, con el fin de alcanzar el objetivo planteado. La fórmula utilizada es la que expone Laura Fisher en su libro "Introducción a la Investigación de Mercados".

- La población de estudio está compuesta por 538,717 elementos, esto quiere decir que “se trata de una población infinita por lo que se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{\sigma^2 pq}{e^2}$$

Elementos de la formula.

- I. σ =grado de confianza para utilizar el 95%, equivale a 1.96.
- II. p= probabilidad a favor 50%.
- III. q= probabilidad en contra.
- IV. e= error de estimación.
- V. n = muestra de la población”²².

Esta manera de definir la población estadísticamente es la más aceptada por los autores de la materia.

Se eligió un nivel de confianza del 95% por tratarse de una investigación exploratoria.

- La probabilidad a favor y en contra es del 50% para cada caso, ya que los estratos son excluyentes (Mujeres y Hombres).
- El error de estimación es del 5%.

3.2.7.4.1. Tamaño de la muestra.

- Sustituyendo los datos anteriores en la fórmula tenemos:

$$n = \frac{\sigma^2 pq}{e^2} = \frac{(1.96^2)(.5)(.5)}{(.05^2)} = \frac{.9604}{.0025} = 384$$

- La muestra es de 384.
- La muestra es la cantidad de encuestas a aplicar, se determina redondear la cantidad a 390 para su aplicación.

²² FISCHER, Laura , Introducción a la investigación de mercados, México, McGraw-Hill, 2004, p 56-57.

Como ya se explicó la investigación considera dos estratos principales (Mujeres y Hombres) por lo cual decidimos ponderar su importancia basados en la cantidad de población de cada uno. Por ello las encuestas estarán repartidas de manera equitativa de acuerdo a los parámetros de probabilidad de la fórmula de muestreo antes mencionada. La aplicación de las encuestas será de manera aleatoria para efectos de los sub-estratos (rangos de edad) de cada población. las tablas 3.10 y 3.11 muestran la distribución planeada.

Tabla 3.11. Distribución de encuestas por estrato de mujeres.

Municipio	Total de mujeres	Porcentaje de población	Población total	Total de encuestas	Encuestas a aplicar
CULIACÁN	312,646	58%	538,717	390	226
TOTAL			100%	100%	

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio de mercado.

Tabla 3.12. Distribución de encuestas por estrato de hombres.

Municipio	Total de hombres	Porcentaje de población	Población total.	Total de encuestas a aplicar
CULIACÁN	263,023	42%	538,717	164
TOTAL			100%	

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio de mercado.

3.2.8. Instrumento para la encuesta. (Implementación).

Figura 3.7. Instrumento para conocer las preferencias

<p style="text-align: center;">Proyecto para una comercializadora de flores “Blumen”</p> <p style="text-align: center;">Cuestionario.</p> <p>Objetivo:</p> <p>El presente cuestionario tiene la finalidad de conocer los gustos y preferencias, así como el consumo que realizan las personas que habitan en la ciudad de Culiacán con respecto a las flores y arreglos florales.</p> <p>Instrucciones:</p> <p>Seleccione la respuesta con la que usted más se identifique de acuerdo a sus gustos y preferencias La información que usted nos proporcione será utilizada para establecer la viabilidad de un proyecto de inversión, por lo cual se le pide veracidad en las respuestas.</p>
--

<p>1. Edad:</p> <ul style="list-style-type: none">a) De 15 a 20 añosb) De 21 a 30 añosc) De 31 a 40 añosd) De 41 a 50 añose) De 51 años o más <p>2. El rango de los ingresos mensuales que usted percibe es de:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Menos de \$2, 699b) De \$ 2, 700 a \$ 6,799c) De \$ 6,800 a 11, 599d) \$11,600 a \$34, 999
--

<p>3. Cuándo decide comprar un arreglo de flores o un ramo lo hace por:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Gusto
--

b) Precio

c) Necesidad

d) Moda

e) Otro

4. ¿Cuándo decide comprar flores donde acostumbra hacerlo?

a) Florería ¿Cuál? _____

b) Mercado
¿Cuál? _____

c) Centro comercial
¿Cuál? _____

d) Tienda de autoservicio ¿Cuál?

e) Otro ¿Cuál?

5. Enumere del 1 al 10 las siguientes flores, siendo el 1 la flor que más compraría y el número 10 la que con menos frecuencia compraría.

Clavel _____

Rósa _____

Margarita _____

Violeta _____

Tulipán _____

Casablanca _____

Girasol _____

Lilis _____

Gerberas _____

Alcatraz _____

6. ¿Qué características le ofrece el lugar donde acostumbra compra las flores?

a) Cercanía

b) Precios accesibles

c) Calidad

d) Entrega a domicilio

e) Otro: _____

7. ¿Con qué frecuencia compra flores?

a) Semanal

b) Quincena

c) Mensual

c) Bimestral

d) Otro: _____

8. Cuándo decide comprar un ramo de flores, ¿Qué cantidad está dispuesto a pagar?

a) Menos de \$200.00

b) \$ 201.00 a \$ 500.00

c) \$501.00 a \$ 800.00

d) Más de \$800.00

9. ¿Cuál es el precio máximo que pagaría usted por un arreglo floral?

a) Menos de \$200.00

b) \$ 201.00 a \$500.00

c) \$501.00 a \$ 800.00

d) Más de \$800.00

10. ¿Cuál es el factor por el cual decidiría finalmente la compra del arreglo?

a) Gusto

b) Diseño

c) Precio

d) Tamaño

e) Otro

11|. Si al realizar su compra, lo hace en una florería, ¿Con que otro beneficio le gustaría contar?

Fuente: Elaboración propia.

Implementación de la encuesta.

Para la aplicación del instrumento de encuesta se optó por realizarla en tres zonas geográficas (Sur, Este y Oeste) se excluyen la zona norte por tener mayoritariamente actividades industriales y agrícolas. Esto es resultado de un análisis personal que tomo en cuenta los flujos de tránsito en las actividades cotidianas de la población, la cultura, sociedad, costumbres, clima e idiosincrasia regional.

Tabla 3.13. Distribución de zonas para aplicar la encuesta.

Población.	Encuestas aplicadas zona Sur.	Encuestas aplicadas zona Este.	Encuestas aplicadas zona Oeste.
Masculina.	55	54	55
Femenina.	76	75	75

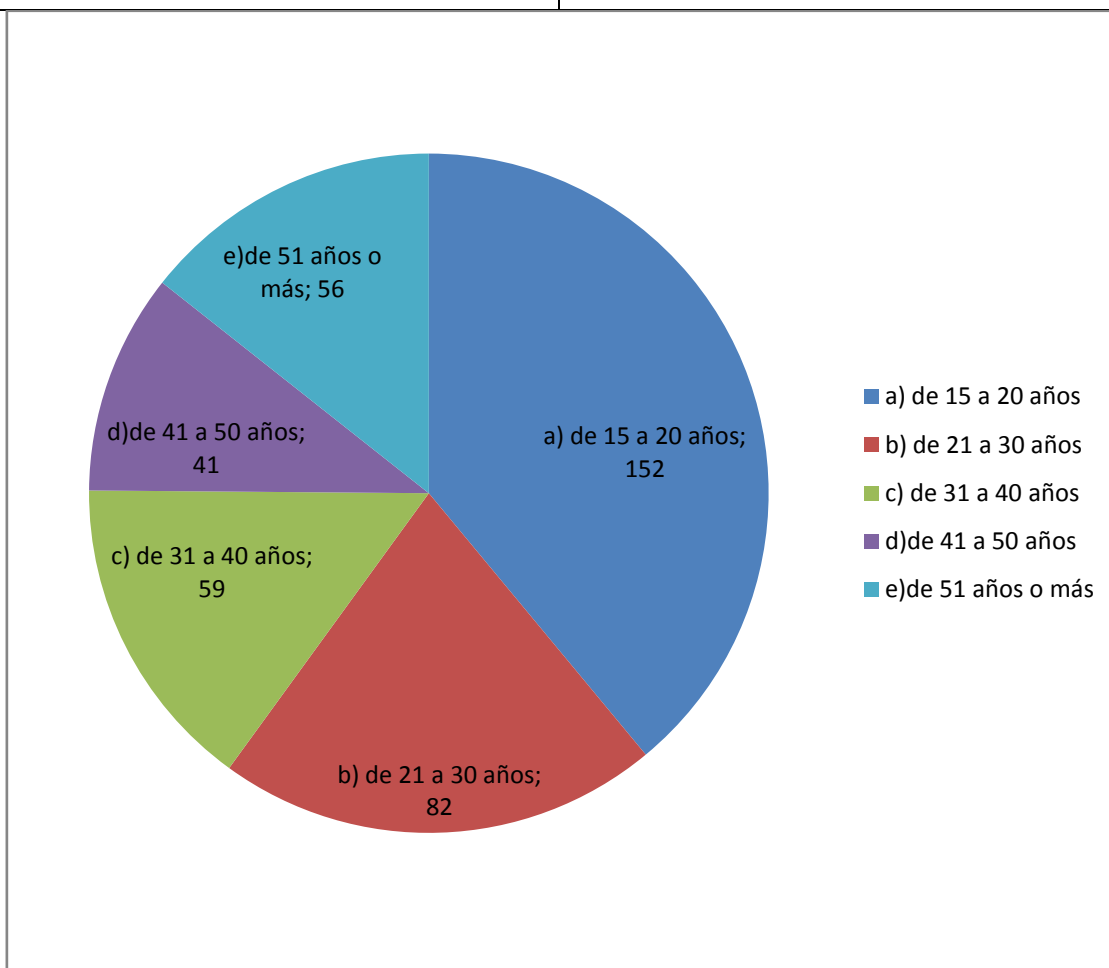
Fuente: Elaboración propia con datos del estudio de mercado.

3.2.9. Interpretación de los resultados.

A continuación se dan a conocer los resultados obtenidos en la investigación de mercado en forma grafica.

1.- Edad.

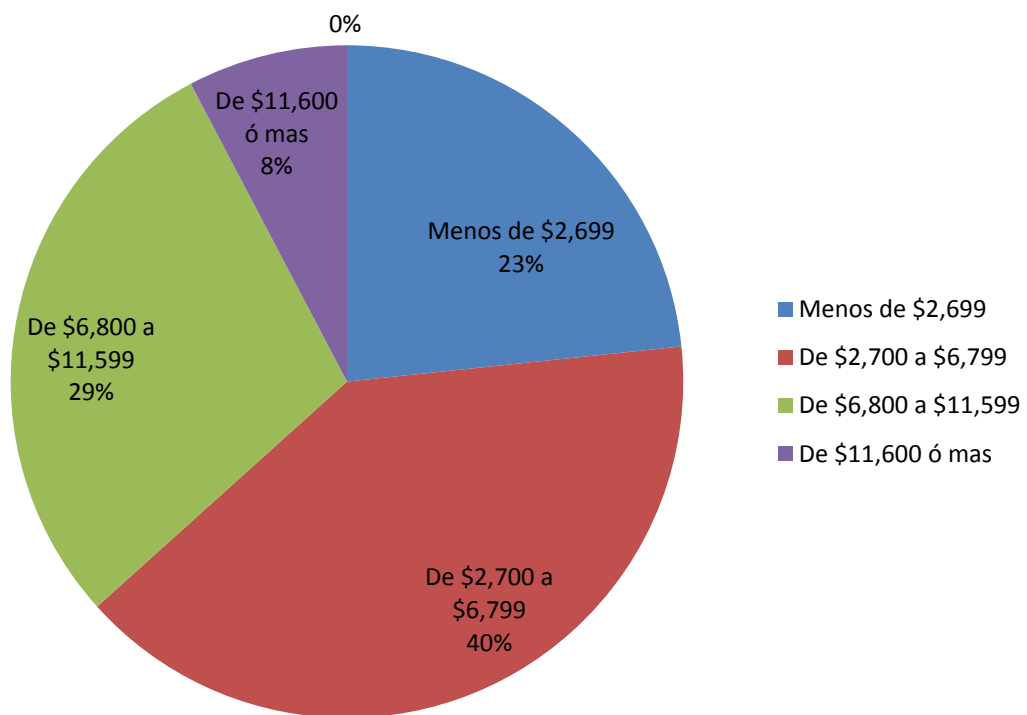
a) de 15 a 20 años	152
b) de 21 a 30 años	82
c) de 31 a 40 años	59
d)de 41 a 50 años	41
e)de 51 años o más	56
Total	390



2.- Rango de los ingresos mensuales percibidos.

Menos de \$2,699	91
De \$2,700 a \$6,799	156
De \$6,800 a \$11,599	113
De \$11,600 ó mas	30
Total	390

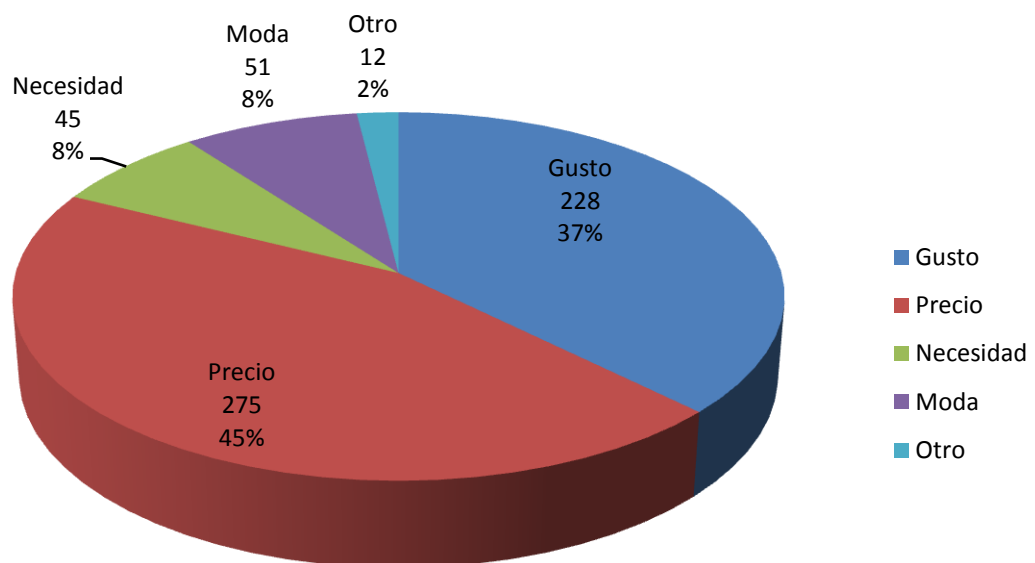
Ingresos.



3.- Factor en la decisión de compra.

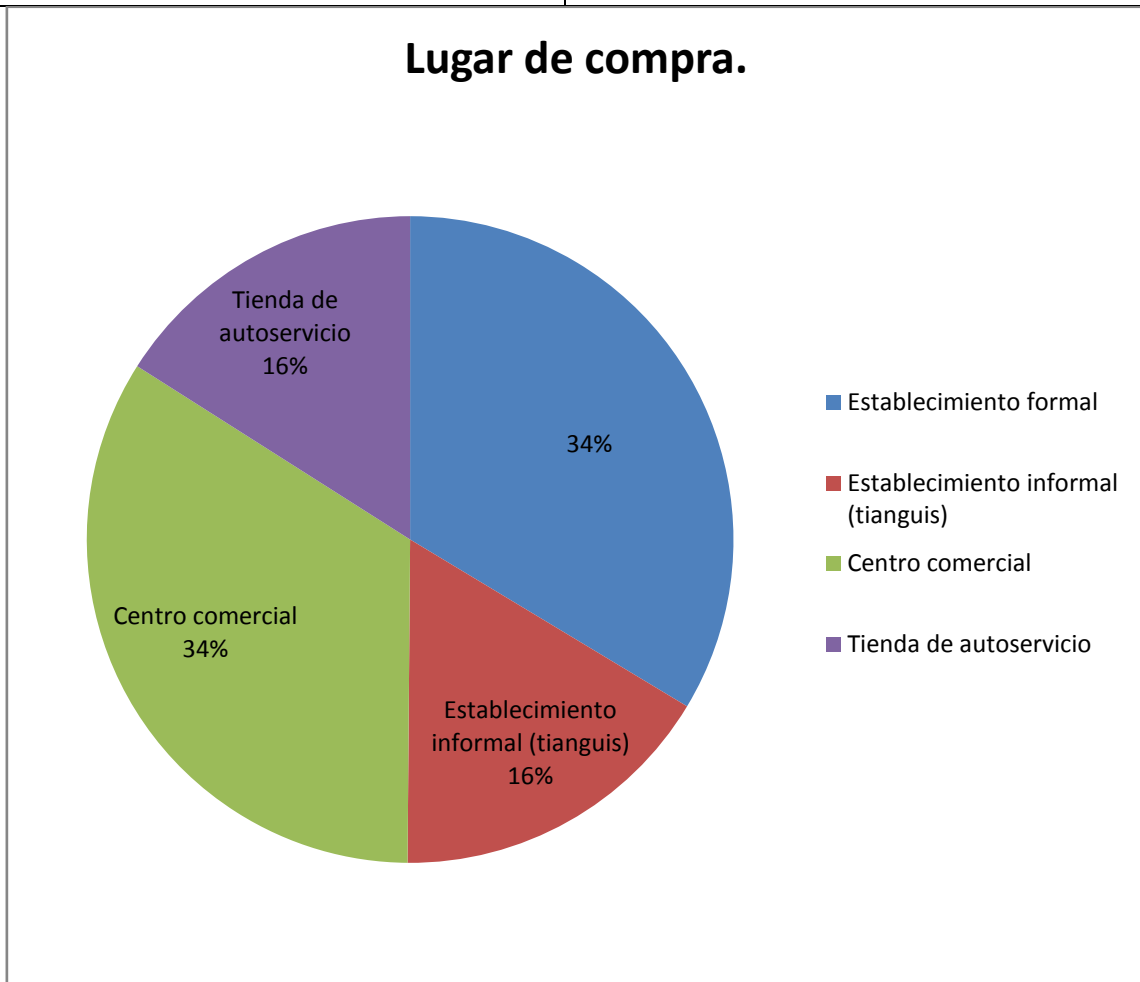
Gusto	228
Precio	275
Necesidad	45
Moda	51
Otro	12
Total	611

Decisión de compra.



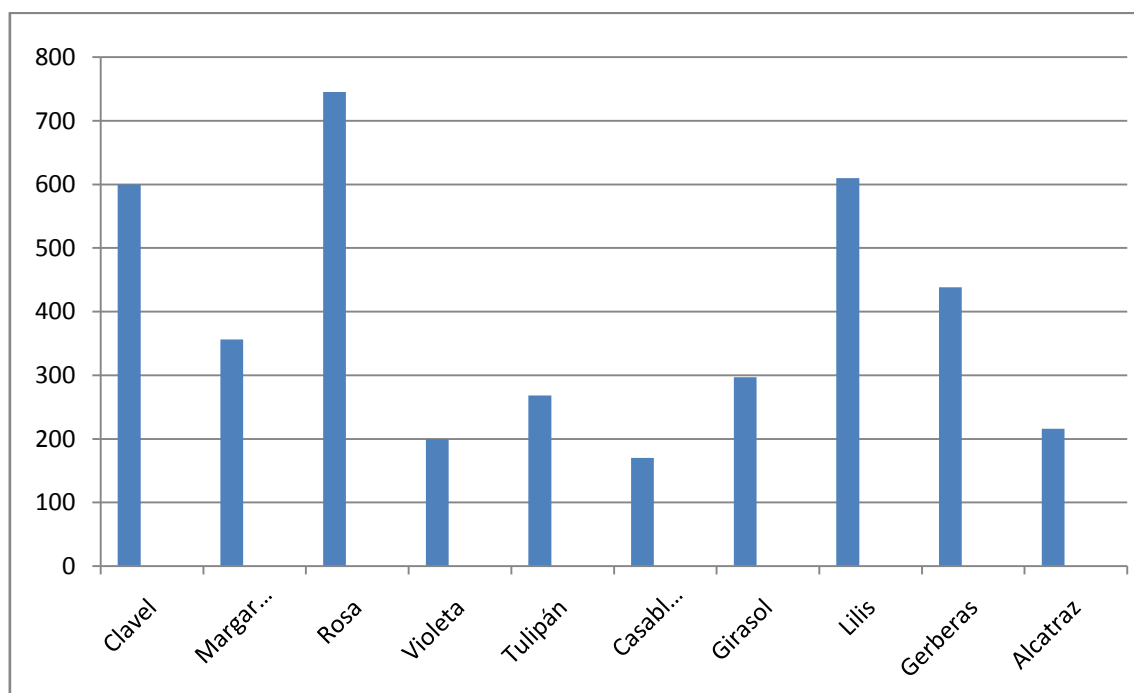
4.- Lugar de compra.

Florería	167
Mercado	121
Centro comercial	83
Tienda de autoservicio	13
Otro	6
Total	390



5. Preferencia en flores.

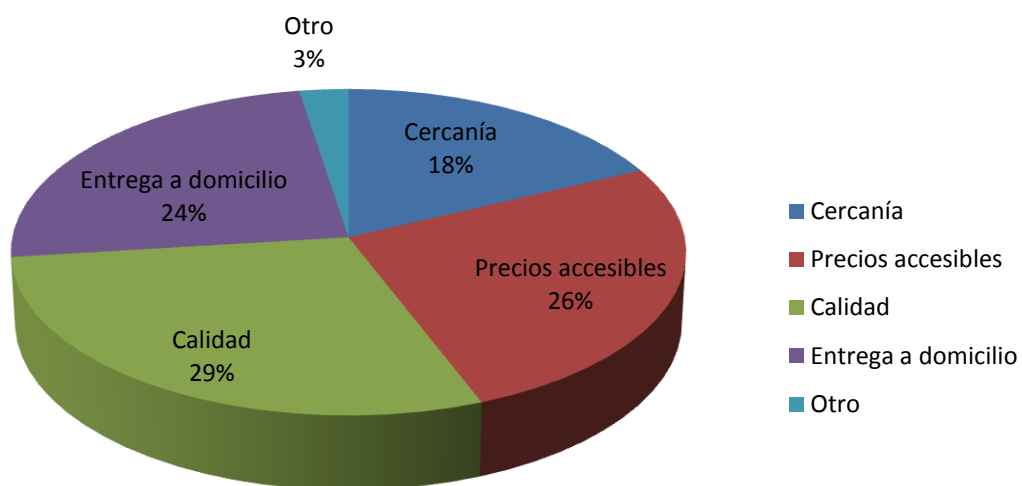
Clavel	600
Margarita	356
Rosa	745
Violeta	200
Tulipán	268
Casablanca	170
Girasol	297
Lilis	610
Gerberas	438
Alcatraz	216
Total	3900



6. Característica del lugar de compra.

Cercanía	70
Precios accesibles	102
Calidad	113
Entrega a domicilio	95
Otro	10
Total	390

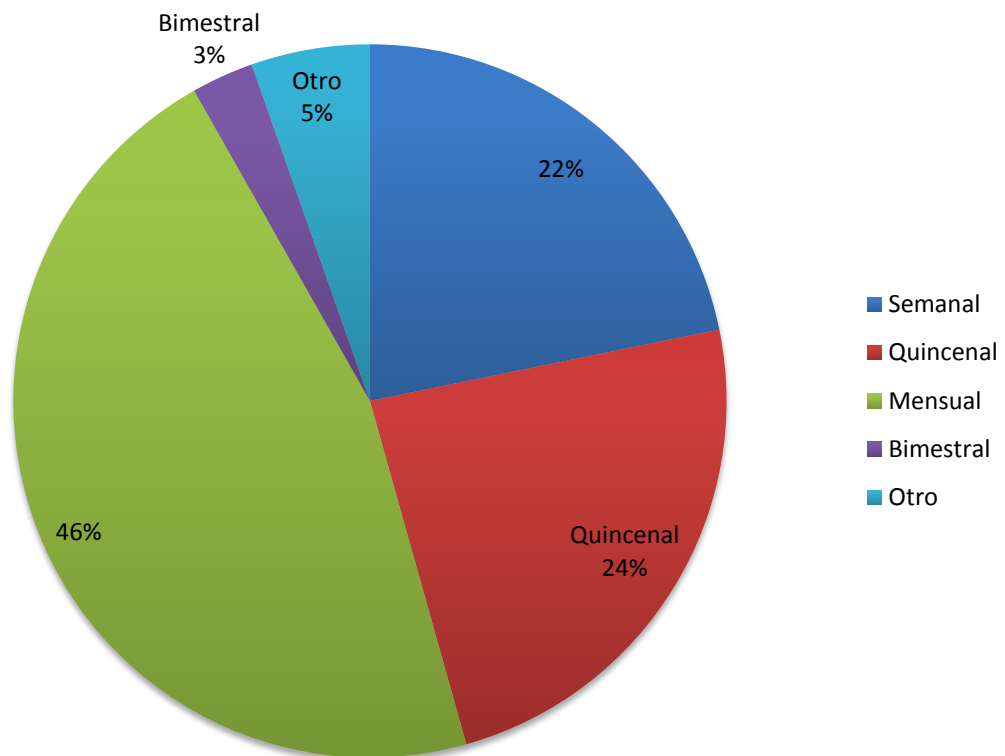
Características distintivas.



7. Frecuencia de compra.

Semanal	85
Quincenal	93
Mensual	180
Bimestral	11
Otro	21
Total	390

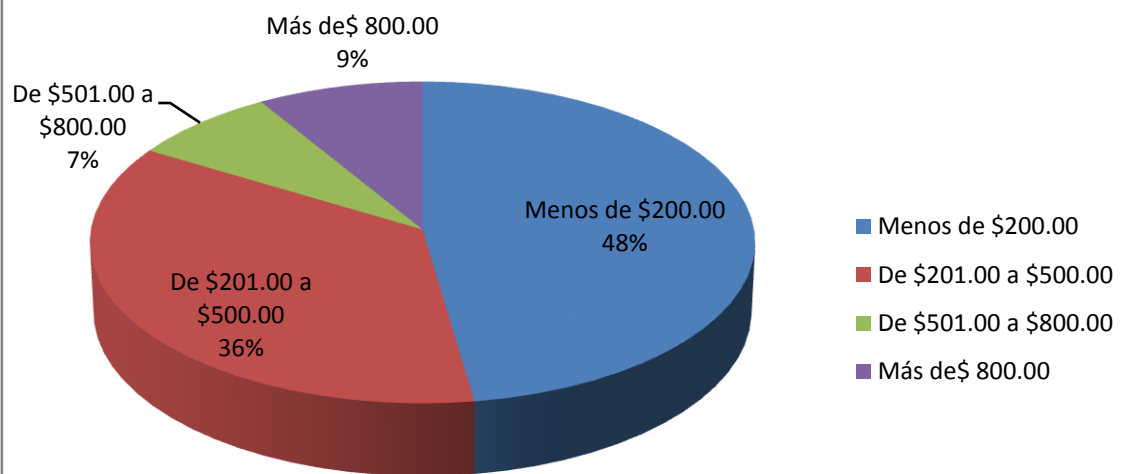
Frecuencia de compra.



8.- Presupuesto de compra para un ramo de flores.

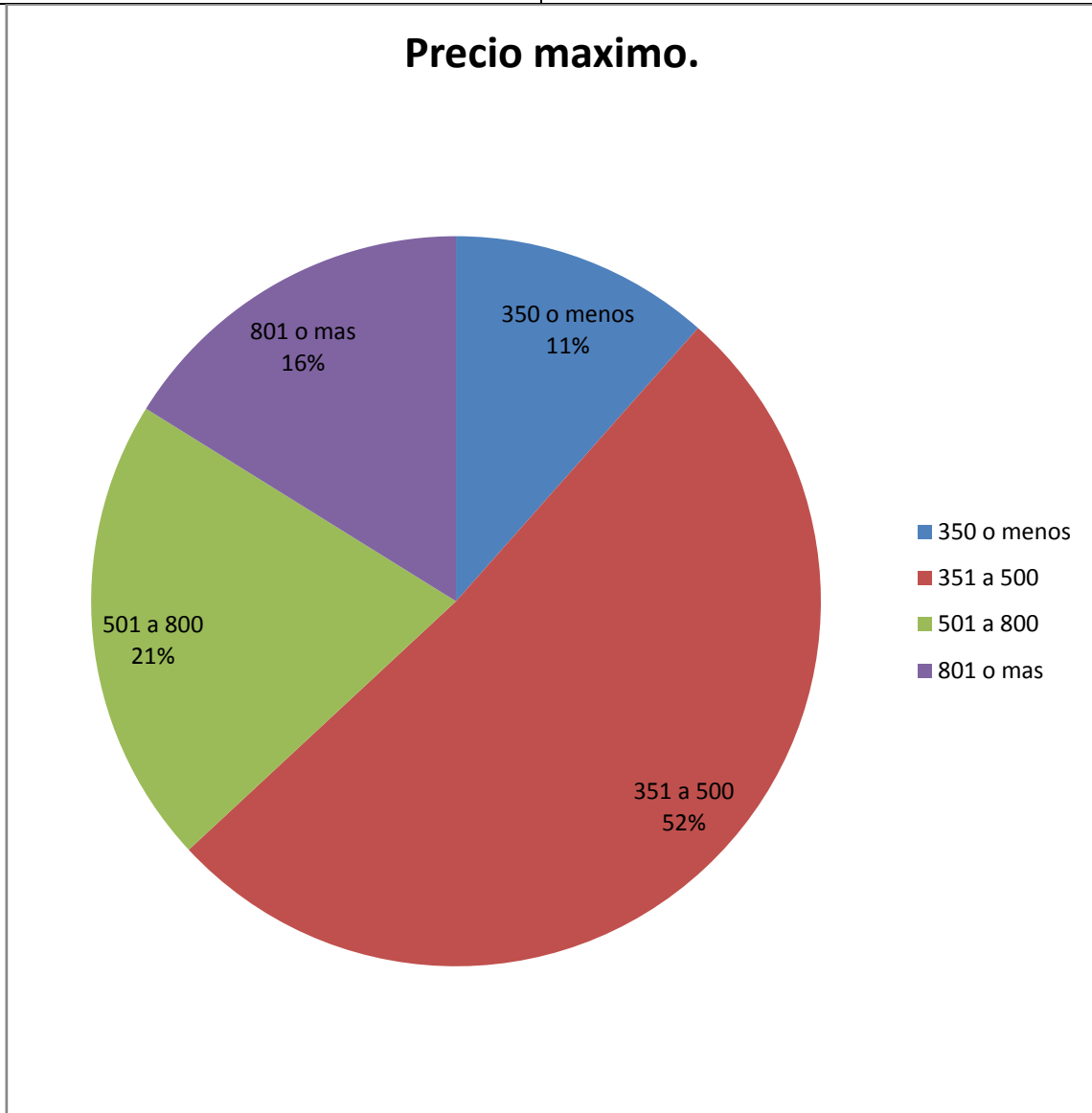
Menos de \$200.00	186
De \$201.00 a \$500.00	140
De \$501.00 a \$800.00	30
Más de\$ 800.00	34
Total	390

Presupuesto.



9. Precio máximo por un arreglo floral.

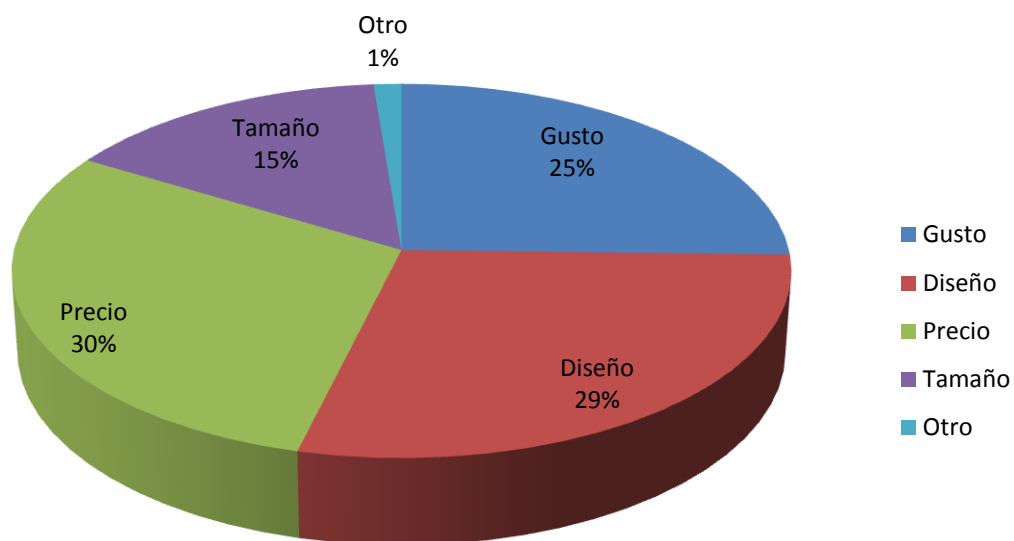
\$350.00 o menos	45
\$351.00 a \$500.00	201
\$501.00 a \$800.00	81
\$801.00 o mas	63
Total	390



10.- ¿Cuál es el factor por el cual usted decide finalmente la compra del arreglo?

Gusto	99
Diseño	111
Precio	116
Tamaño	59
Otro	5
Total	390

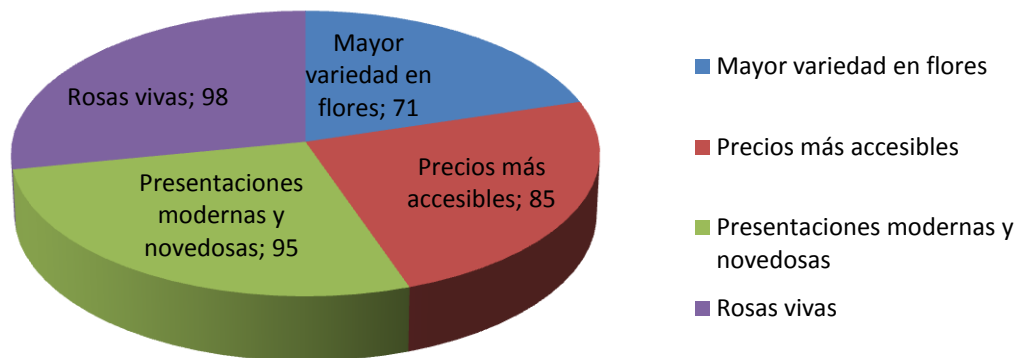
Preferencia.



11.-Valor agregado.

Mayor variedad en flores	71
Precios más accesibles	85
Presentaciones modernas y novedosas	95
Rosas vivas	98
Otros	41
Total	390

Valor agregado



3.2.10. Informe de resultados.

El presente informe muestra los resultados que se obtuvieron en la investigación de mercado realizada, cumpliendo con el objetivo de identificar las preferencias en el consumo de flores de los habitantes de Culiacán Sinaloa entre los 15 a 59 años de edad, así como conocer la frecuencia de compra y la competencia en el mercado. Los resultados están basados en las fuentes de información antes mencionadas. Después de un análisis de la información recabada se exponen los siguientes resultados:

El factor que determina la compra de flores es el precio, ya que debido a las condiciones climáticas y la naturaleza del producto no son considerados de primera necesidad y es visto de manera general como un artículo decorativo, inspirativo y recreativo. Blumen pretende popularizar el uso de las flores, ofreciendo sus productos a un precio accesible y así conseguir satisfacer una mayor cantidad del mercado. Por lo que los productos de Blumen deben de ser novedosos en su diseño y presentación así como estar elaborados con insumos de calidad a un bajo costo. Esto lo encontramos mencionado en las preguntas 2, 5,7 y 9 de la encuesta.

Las flores que se adquieren con mayor frecuencia son: rosas, lilis, cléveles y gerberas. Por lo que el catálogo de productos de Blumen debe destacar por su principales características: variedad en colores, presentaciones, texturas, diseños y calidad; con lo cual se logre estar en un nivel competitivo en el mercado.

La frecuencia de compra es la siguiente:

- El 46% del mercado compra flores mensualmente, en esta proporción se realizan 12 compras al año.
- El 24 % de la población realiza compras con frecuencia quincenal.
- El 21 % compra flore cada semana.
- El 9% restante varía su frecuencia de compra bimestral o semestralmente.

Lo anterior nos permite identificar y decir que la demanda es continua durante el año, esto se puede constatar en la pregunta 7.

La cantidad de dinero que están dispuestos a pagar los consumidores de ramos de flores varía entre los \$200.00 pesos a \$500.00 por unidad, por lo cual Blumen deberá tomar en cuenta esta información para establecer sus precios.

Una de las principales plazas donde los consumidores acostumbran adquirir flores son las florerías y mercados públicos.

Mediante la última pregunta de la encuesta obtuvimos valiosa información sobre las necesidades insatisfechas de la competencia actual como: variedad en las flores, presentación novedosa y la venta de flores vivas; todo esto conforma un dato valiosos para el planteamiento del proyecto y el diseño de sus productos.

De acuerdo a las hipótesis planteadas al inicio de la investigación, se concluye que las tres fueron validadas correctamente:

- a) La frecuencia de compra es mensual, y tiene alta demanda en determinadas fechas conmemorativas durante el año.
- b) La calidad y el precio son factores decisivos en el volumen de las ventas.
- c) Los diseños personalizados, materiales diversos y presentaciones de los arreglos son un campo poco explotado por la competencia.

3.2.11. Pronóstico de ventas.

El pronóstico de ventas de “Blumen” se obtuvo de los resultados de la investigación de mercado tomando en cuenta algunos factores como son la frecuencia y fechas especiales para la gente.

La frecuencia con que se adquieren nuestros productos varía dependiendo la fecha, todo esto es avalado por la competencia y el conocimiento de las costumbres de la población lo pudimos apreciar gracias a la estimación de ventas que nos resultó de los meses con mayor demanda y fueron: febrero, mayo, junio, julio y diciembre.

Tabla. 3.14 Productos en Venta.

Línea	Producto	Sub Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ramo de rosas	Rosas	rojas												
		blancas												
		rosas												

		Girasoles												
	Plantas vivas													
Ramo de rosas														
		amarillo												
	Gerberas	Blanco												
		Rojo												
		Blanca												
	Lilis	Naranja												
		violeta												
Ramo de rosas														
		Ramos												
	Bodas	Centros de mesa												
		Ramos												

Arreglos de flores	XV Años	Centros de mesa	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	San Valentín	Ramos	□	■	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
Arreglos de flores	Bautizos	Centros de mesa	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Comuniones	Centros de mesa	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Eventos	Centros de mesa	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Sociales		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Diseños especiales	Decoración	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Producto en Venta.	■
Producto fuera de temporada.	□


Fuente: Elaboración propia.



3.2.12. Competencia.

Aunque las flores no son artículos de primera necesidad, existe un número importante de negocios donde se pueden adquirir, se presenta un cuadro que muestra la competencia directa del proyecto.

Tabla 3.15 Competencia directa.

Empresa	Descripción	Líneas	Productos	Puntos de venta en Culiacán
	<p>Empresa dedicada a la venta de flores para todo evento.</p>	<p>Ramos. Arreglos.</p>	<p>Coronas grandes, cruces, decoración de capillas, tumbas, pódiums, mausoleos, eventos, xv años, bodas, bautizos, centros de mesas, ramos de novias, , fúnebre, ramo para carro, ramos de novias, pastel, frutales, regalos, centro de mesa, navideños y servicio a domicilio.</p>	<p>2 Sucursales: Calzada H Colegio Militar 3299 Local 13 Colonia Providencia.</p>
	<p>Negocio con gran experiencia en el mercado.</p>	<p>Ramos y arreglos para toda ocasión.</p>	<p>Arreglo, limpieza y decoración de tumbas y mausoleos, coronas, servicio en decoración, de iglesias, fiestas, oficinas, stands exposiciones casas y jardines, arreglos en flores y frutas, árboles y plantas, ramos y servicio a domicilio.</p>	<p>1 Sucursal: Rafael Buelna 845 Ote, Colonia Las Quintas.</p>

	<p>Empresa con servicio de entrega a domicilio y elaboración sobre diseño.</p>	<p>Ramos, flores exóticas y arreglos.</p>	<p>Coronas, rosas, flor exótica, cruces, cubre cajas, arreglos para bodas, xv años, bautizos, canastas frutales, canastas florales y servicio a domicilio.</p>	<p>2 Sucursales: Boulevard Zapata 115-A, Colonia Guadalupe.</p>
	<p>Negocio enfocado a arreglos florales y regalos frutales</p>	<p>Arreglos florales y regalos en general.</p>	<p>Arreglos, regalos frutales, regalos con globos, etc. Servicio a domicilio.</p>	<p>1 Sucursal: Domingo Rubi 00 A sur, Colonia Jorge Almada.</p>
	<p>Especializada en ventas por internet con entrega dentro y fuera de Culiacán.</p>	<p>Arreglos florales y flores en general.</p>	<p>Arreglos florales, flores, bouquet personalizados, decoración de eventos sociales y ejecutivos, diseño floral y servicio a domicilio.</p>	<p>1 Sucursal: Boulevard Lola Beltran 3611 Pte, Colonia Santa Aynes.</p>
	<p>Florería boutique para toda ocasión.</p>	<p>Arreglos florales y flores en general.</p>	<p>Flores, arreglos florales, arreglos para eventos sociales, bodas, xv años, bautizos, coronas, bouquet, ramos florales, servicio a domicilio.</p>	<p>1 Sucursal: Heroico Colegio Militar 2465, Colonia Sinaloa.</p>
	<p>Florería boutique para toda ocasión.</p>	<p>Arreglos florales y flores en</p>	<p>Flores, arreglos florales, arreglos para eventos sociales, bodas, xv años, bautizos, coronas, bouquet, ramos florales, y</p>	<p>1 Sucursal: Boulevard Leyva Solano 528,</p>

		general.	servicio a domicilio.	Colonia Miguel Aleman.
	Empresa dedicada a la venta de flores para todo evento.	Ramos Arreglos	Flores, diseños y arreglos para todo tipo de eventos, coronas, cubrecajas, decoración de bodas, xv años, bautizos, etc., servicio a domicilio	1 Sucursal: Emiliano Zapata 110-B, Colonia Jorge Almada.
	Negocio enfocado a arreglos florales y regalos frutales	Arreglos florales y regalos en general	Arreglo de rosas blancas, violetero de flores finas, arreglos florales para todo evento, bodas, xv años, etc., arreglos fúnebres	1 Sucursal: Rio Amazonas 2545, Colonia Lomas de Tamazula.

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio de mercado.

Los principales competidores regionales son florerías tradicionales que ofrecen servicios de ramos y arreglos de flores para eventos diversos (Eventos corporativos y sociales, bodas, XV Años, graduaciones, convenciones, restaurantes, hoteles, etc). Sin embargo sus catálogos, se ven restringidos por insumos y materiales en su mayoría de temporada y poca variedad, así como una ausencia importante de flores importadas. Algunas de estas empresas ofrecen sus servicios vía internet e integran a su plataforma la entrega a domicilio. La mayor cantidad de oferentes de este tipo de productos se localizan en el centro histórico de la ciudad.

La competencia indirecta está conformada por comerciantes ambulantes, locales comerciales en la central de abasto de Culiacán, distribuidoras nacionales de flores por internet, mercados tradicionales y mercados sobre ruedas.

3.2.13. Imagen Corporativa.

El objetivo primordial de la marca “Blumen” es transmitir a nuestros clientes una imagen conocida y respetada que llame la atención sobre otras competencias y así perciban a Blumen como una empresa formal, bien establecida y dedicada a la elaboración de ramos y arreglos florales para toda ocasión; buscando siempre cumplir con todas las expectativas que busca el cliente así como con todos los parámetros establecidos por las autoridades , en la diversidad de productos , marca y logotipo de la empresa.

3.2.13.1. Logotipo de Blumen.

El logotipo de la empresa busca resaltar de la competencia por su nombre que en alemán significa Flores y va de la mano con la imagen de las flores que busca dar a conocer el giro de la empresa.

Figura 3.8. Logotipo de Blumen.



El nombre de la empresa es Blumen, el origen de la palabra es:

- Blumen, que en Alemán significa flores.

Está compuesto por unas flores de colores llamativos que denotan el detalle y el objetivo de nuestra empresa: que es transmitir originalidad, formalidad y calidad mientras que con el color negro queremos transmitir elegancia. La pronunciación es sencilla y a la vez fuerte, el cliente puede decirlo fácilmente y escucharlo sin ningún problema.

3.2.13.2. Eslogan.

Este eslogan tiene la finalidad de lograr inspirar al cliente a formar parte de la empresa y lo motive a adquirir los productos. Blumen presenta el siguiente eslogan como una frase tentativa para cumplir con el objetivo deseado.

“Belleza que inspira”

Se pensó en el eslogan con el deseo de atraer la atención, porque los envuelve en el concepto y crea confianza hacia el producto.

3.2.14. Producto.

3.2.14.1. Mezcla del producto.

La mezcla de productos es la gama que ofrece en venta una empresa. La estructura de los productos ofrecidos se estructura en dimensiones de amplitud como en profundidad. Su amplitud se mide por el número de líneas de productos que ofrece y la profundidad por la variedad de tamaños, colores y modelos que ofrecen dentro de cada línea de productos.

Los productos que comercializará Blumen están comprendidos en dos líneas que son los ramos de flores y los arreglos florales, con los cuales se pueden formar una gama de distintos productos dependiendo los gustos y necesidades del consumidor. La variedad en los distintos productos depende según los requisitos del cliente que son: chico, mediano y grande.

Tabla 3.16. Mezcla del producto de Blumen.

Ancho / Línea		Largo	Profundidad		
Ramo de rosas	Rosas	rojas	CHICA	MEDIANA	GRANDE
		blancas			
		rosas			
		girasoles			
	Tulipán	amarillo			
		blanco			
		rojo			
	Lilis	blanca			
		naranja			
		violeta			
Bodas	Ramos				
	Centros de mesa				

Arreglos de flores	XV Años	Ramos	CHICA	MEDIANA	GRANDE
		Centros de mesa			
	San Valentín	Ramos Arreglos			
	Bautizos	Centros de mesa			
	Comuniones	Centros de mesa			
	Eventos Sociales	Centros de mesa			
	Diseños especiales	Decoración			
Arreglos de flores	Plantas vivas.	Ramos	CHICA	MEDIANA	GRANDE
		Centros de mesa			

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio de mercado.

3.2.14.2. Etiqueta.

Los productos tendrán 2 etiquetas una temporal o removible, con un lado libre para un pensamiento o dedicatoria del cliente y en el reverso el logotipo del proyecto y nuestros datos .La segunda etiqueta será un stiker que se pegará en la base del empaque siempre que éste último lo permita.

3.2.14.3. Envase.

El envase consiste en una caja contenedora de plástico la cual asegurará la frescura de los productos pues permite el contacto continuo con una solución de agua y minerales para su conservación, este tipo de contenedor tiene larga vida y su maniobra es fácil y práctica.

Figura 3.9. Envase para las flores Blumen.



3.2.14.4. Empaque.

En el momento de realizada la compra, una hora antes de la entrega a domicilio se empaquetará el producto en una caja de cartón, papel decorativo o una base de presentación. A continuación mostramos algunos de los modelos de empaque que tendrá Blumen disponibles para la entrega a sus clientes. En el caso de los arreglos florales, no se contará con un empaque de línea. La presentación del producto es una cualidad poco explotada en el mercado regional. Las flores al ser un producto frágil y delicado deben mantener cierta integración, por lo cual se plantean para el proyecto distintas aplicaciones que resulten atractivas y aporten un valor agregado a la compra del producto.

Figura 3.10. Empaque para flores Blumen de caja de cartón con vista transparente.



Figura 3.11. Empaque para flores Blumen de papel celofán con listón.



Figura 3.12. Empaque para flores Blumen de caja de cartón cerrada.



3.2.14.5. Embalaje.

Para proteger los productos de Blumen el trabajo del embalaje será de protegerlos y mantenerlos en una condición óptima para su conservación y manejo. Se utilizarán cajas de cartón de cauche con las medidas adecuadas para los distintos productos.

La caja será de forma rectangular y con orificios que permitan la ventilación del producto con una estructura rígida en los bordes para su fácil manejo.

Figura 3.13 Embalaje de Blumen.



3.2.15. Precio.

Es la cantidad de dinero que se necesita para adquirir un producto y/o servicio. Por lo tanto Blumen basará sus precios en: el costo, la demanda y en la competencia. Todo lo anterior está encaminado a alcanzar una TMAR (Tasa Mínima de Rendimiento) empresarial del 19.5% que se especifica en el estudio financiero. Las políticas a seguir son las siguientes:

POLÍTICAS POR DESCUENTO: se manejan precios de lista y un conjunto de descuentos y bonificaciones que podrán ser ofrecidos a los clientes como incentivos especiales.

- a) Descuento por cantidad: en la compra de 3 ramos florales en un mes recibirá un cupón de descuento no acumulable del 50% de descuento en la compra del mismo artículo.
- b) Descuentos en pedidos: si se liquida por adelantado el pago de un pedido (3 días de antelación) se ofrecerá un descuento del 5%.
- c) Descuentos promocionales: los trabajadores de Blumen gozarán de un 20% de descuento en todos los productos.

POLÍTICAS POR PRECIOS PSICOLÓGICOS: el precio final asignado a un producto debe tener en cuenta la psicología del consumidor:

- a) Pares e impares: los precios que se manejan tendrán una terminación en números impares, provocando a si una idea de precio más bajo del que es mostrado, es decir se manejan precios como \$ 99.00.

La siguiente tabla muestra los precios promedio de los productos más representativos de la competencia y los que se proponen para Blumen, teniendo en cuenta que estos productos sufren fluctuaciones importantes durante todo el año.

Tabla 3.17. Fijación de precios por competencia.

PRODUCTOS	Sub productos	NANCY	JULIETA	CARMEN	BLUMEN
Rosas		\$ 400	\$ 450	\$ 350	\$ 179
Tulipán		n/d	\$ 350	\$ 400	\$ 159
Gerberas		\$ 320	\$ 300	\$ 300	\$ 149
Girasol		\$ 500	\$ 400	\$ 500	\$ 199
Clavel		n/d	n/d	n/d	\$ 139
Violetas		\$ 250	\$ 270	X	\$ 119
Alcatraz		\$ 600	\$ 750	\$ 650	\$ 239
Boda	Ramo	\$ 3,000	n/d	\$ 5,000	\$ 2,900
	Centro de mesa	\$ 450	n/d	n/d	\$ 350
XV	Ramo	X	X	X	\$ 1,500
	Centro de mesa	X	n/d	X	\$ 300
San Valentín	Arreglo	\$ 500	\$ 800	\$ 500	\$ 300
Arreglos para toda ocasión		500	\$ 700	\$ 450	\$ 350
Flores vivas		X	X	X	\$ 400

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio de mercado.

3.2.16. Plaza y distribución.

La mejor opción para ubicar el proyecto dependerá de los beneficios que se puedan obtener de un local comercial con los siguientes requerimientos:

- a) Seguridad.
- b) Prestigio.
- c) Espacio publicitario.
- d) Posibilidad de ser conocida por un número alto de clientes potenciales.

La zona centro de la ciudad de Culiacán está rodeada por varios bulevares y en ella se encuentra la colonia Jorge Almada donde se localizan por tradición los negocios del ramo.

3.2.16.1. Promoción.

Blumen tendrá diferentes promociones para atraer a un mayor número de clientes, las cuales serán:

Promoción por cupones. Se imprimirán volantes que serán distribuidos en lugares estratégicos que al presentarlos en el negocio se otorgará un descuento del 5% en arreglos y ramos.

Promoción por exhibiciones. Los días lunes se cambiarán los productos de los aparadores y repisas con el fin de mostrar la diversidad de productos que Blumen ofrece.

3.2.16.2. Publicidad.

Los medios publicitarios de acuerdo al tamaño de la empresa, costos y objetivos serán:

- Elaboración y entrega de volantes. Este método es uno de los más económicos y logra dar a conocer a los posibles clientes la existencia de la empresa, será entregado en las inmediaciones del negocio. La Figura 3.14 muestra el diseño del volante como medio de publicidad y promoción.

Figura 3.14 Diseño de volante.



Figura 3.15. Diseño de Plotter.

Comercializadora de flores y tienda boutique para todo evento.



Blumen



Síguenos en
FACEBOOK Y
TWITTER
Como:
Floreriablumen

Nicolás Bravo #

NEXTEL:

ID:

Teléfono tienda:

E-mail: floreriablumen@gmail.com

Presupuestos al alcance de tu bolsillo.

3.3. Estudio Técnico.

Un estudio técnico nos ayuda a determinar las características del proceso de comercialización y producción y resolver todo lo correspondiente a la instalación y funcionamiento del negocio, desde la adquisición del equipo, la descripción del proceso y hasta la estructura legal.

Por eso es importante establecer primero la localización del negocio y conocer sus alrededores donde podremos visualizar el flujo de la gente, el espacio adecuado para trabajar y almacenar materiales y así mismo poder establecer las medidas de seguridad pertinentes.

Se debe tomar en cuenta el futuro de nuestro negocio, el crecimiento que llegue a tener, el requerimiento de materia prima y mano de obra, así como también tener en cuenta las características de la maquinaria y equipo que se necesite para realizar sus operaciones adecuadamente.

Es por esto que se debe establecer la calidad en nuestros productos para lograr la satisfacción de los clientes quienes son los que tienen la última palabra. Todo lo anterior forma aspectos importantes que se contemplan a lo largo del estudio y son determinantes para la puesta en marcha del proyecto.

3.3.1. Localización Comercial.

Para determinar el mejor lugar para establecer el negocio utilizamos el método de ponderación de puntos, “el cual consta de tres etapas: análisis preliminar, búsqueda de alternativas y evaluación de alternativas”²³.

²³ Morales Castro, Jose, Proyectos de inversión, 1era Edición, Ed. Mc-Graw Hill Interamericana, Mexico, 2009, pág. 329.

1. En el análisis preliminar se detectan las variables que para Blumen influyen en la localización del negocio y sus características las cuales son :
 - Materia prima
 - Mano de obra
 - Seguridad
 - Infraestructura

Seguridad: Se deben de establecer el negocio en un lugar que propicie la seguridad del personal y los clientes.

Mano de obra: Se debe contar en el negocio con capacitación, experiencia y conocimiento del personal que ahí labora.

Infraestructura: El negocio debe de contar con los servicios indispensables (luz, agua, drenaje, teléfono, etc.) para su funcionamiento adecuado.

Materia prima: es importante tener cerca a los proveedores del negocio ya que puede surgir alguna corrección o mejora del producto que deseemos hacer.

2. Las alternativas que se consideran mejor para el establecimiento de florería “ Blumen “ son las zonas sur y centro de la ciudad de Culiacán, la zona sur ofrece atractivas rentas de espacios comerciales y tiene un creciente desarrollo habitacional. La zona centro de la ciudad es cuenta con una gran trayectoria comercial los espacios comerciales incrementan su valor pero existe una afluencia de compradores de todo tipo por la variedad de negocios del giro.
3. La evaluación de la alternativas, a éstas se les asignó un porcentaje dependiendo la importancia que tenga cada zona, varía del 5 al 10 de acuerdo a sus características, ya que la ponderación más alta será la mejor.

Tabla .3.18 Método de ponderación por puntos.

VARIABLES	PONDERACIÓN	Zona Centro		Zona Sur	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
<i>MATERIA PRIMA</i>	.20	9	1.80	7	1.40
<i>MANO DE OBRA</i>	.10	6	0.60	6	0.60
<i>MERCADO</i>	.30	8	2.40	7	2.10
<i>LOGÍSTICA</i>	.20	9	1.80	7	1.40
<i>SEGURIDAD</i>	.10	7	0.70	6	0.60
<i>INFRAESTRUCTURA</i>	.10	7	0.70	7	0.70
<i>CALIFICACIÓN</i>	1.0	8		6.8	

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio técnico.

Por lo tanto la zona Centro es el lugar idóneo para establecer el negocio, ya que cuenta con las características para el desarrollo del proyecto.

3.3.2. Tamaño del local comercial.

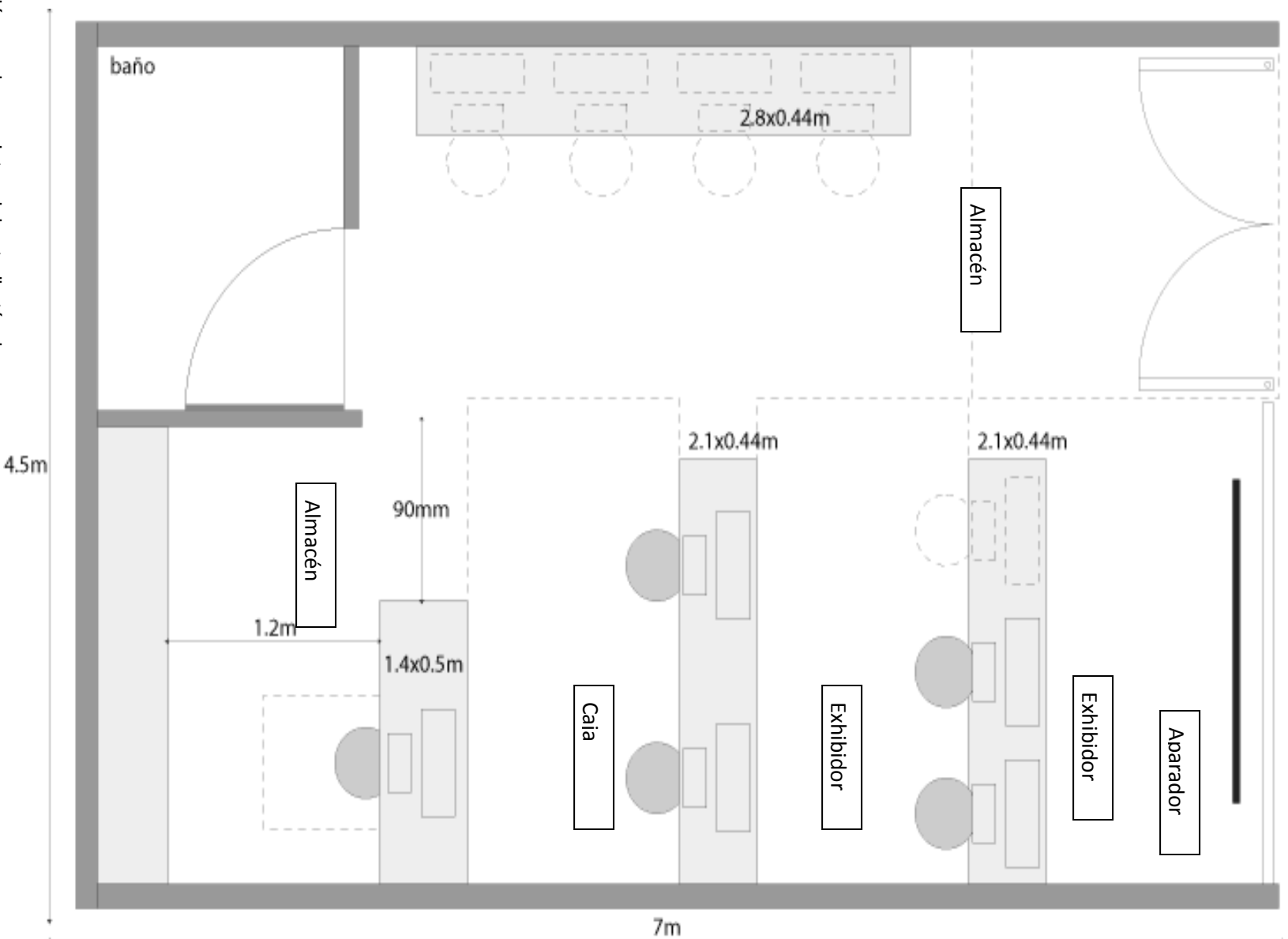
Los factores que van a ser determinantes en el tamaño del local son las dimensiones del espacio para exhibición y diseño, ya que debe visualizarse la capacidad actual y futura que llegue a tener el negocio. Un flujo eficiente de la materia prima en el proceso productivo es parte esencial en desarrollo del proyecto.

Las áreas a considerar para tamaño del local comercial son:

- Almacén de materia prima.
- Depósito de agua.
- Almacén de productos terminados.
- Área de mantenimiento y depósito de desechos.
- Estacionamiento.
- Espacio de exhibición.

En la figura 3.15 se muestran los planos del local comercial, el cual se ubicaría en la avenida Nicolás Bravo en la Colonia Jorge Almada en la ciudad de Culiacán. Cuenta con las dimensiones necesarias para el establecimiento formal del negocio. Dicho establecimiento será tratado con una inversión extra para hacerle algunas modificaciones para su mejor funcionamiento. Esto es resultado del análisis por ponderación antes mencionado y la tradición de negocios de flores ubicados en la zona.

Figura 3.16 Plano del local comercial. (Planta única).



Fuente: Elaboración propia con datos del estudio técnico.

3.3.3. Capacidad productiva

La capacidad del proyecto se aproxima a la de negocios del ramo de las flores, la cual al involucra tanto en su entrada como en su salida productiva un servicio la restricción es el tiempo de atención al cliente conformado básicamente por los procesos de confección requerimiento de materiales y entrega del producto terminado.

Tomando como referencia los datos anteriores y experiencia en el ramo se puede determinar que la capacidad para el proyecto será cercana a la información presentada en la siguiente tabla.

Tabla 3.19 Capacidad productiva.

FACTORES	A FUTURA	B OPTIMA	C BAJA
JORNADA	9 HORAS DIARIAS		
PRODUCTOS	18		
MANO DE OBRA	3	2	1
MAQUINARIA	5 Tijeras 4 Selladores	3 Tijeras 2 Selladores	2 Tijeras 1 Selladores
CAPACIDAD	40 Unidades diarias	25 Unidades diarias	10 Unidades diarias

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio técnico.

La capacidad de Blumen esta proyecta con la media del ramo, por lo cual estará ubicada dentro del rango de óptima, porque comercializara entre 25 y 30 productos diarios el primer año de acuerdo al pronóstico de ventas y la validación con comerciantes del mismo negocio. En los años posteriores la demanda puede diferir respecto a la condición del mercado y otros factores como:

- Competencia.
- Demanda.
- Condiciones climáticas.
- Precios de los insumos.

Y las circunstancias del área comercial como:

- Falta de capacitación de la mano de obra.
- Inseguridad.

Las condiciones anteriores se preverán con atención a los cambios que presente el mercado y la planeación de la adquisición de los insumos e inversiones financieras del proyecto.

3.3.4. Distribución del área productiva y comercial.

El espacio del área comercial debe ser el adecuado para lograr exhibir lo productos y además permitir la elaboración de los pedidos en serie. Los instrumentos de trabajo que representan un riesgo por su utilización deben permanecer resguardos antes y después de su uso, nos referimos a los objetos con punta y filo que se utilizan para el manejo del producto (tijeras, picos, cuchillos, navajas, guillotinas, etc.). por lo anterior los productos terminados y los insumos en espera estarán a la vista del cliente para realizar los pedidos de acuerdo a la elección e interacción del cliente.

3.3.5. Sistema productivo.

El sistema productivo a seguir para el proyecto sería el de ordenes de producción que implica elaborar determina cantidad de producto con ciertas características, para lo cual como se ha mencionado se requiere de un personal capacitados y con experiencia además de estar sujeto a un tiempo límite. Los principales factores que interviene en el sistema productivo de Blumen son: compras y diseño, proceso de producción (Preparación, corte, acabado, envase y entrega) y venta. Presentados en los diagramas de proceso. (Ver Figuras 3.16, 3.17, 3.18 y 3.19)

DIAGRAMA DE PROCESO

Proceso: Compras.

No.	Descripción.	Operación	Inspección.	Transporte.	Espera.	Almacén.
		○	▭	➔	D	▽
1	Recibir requisición del establecimiento.					
2	Realizar cotizaciones con proveedores.					
3	Revisar las cotizaciones					
4	Elegir al proveedor adecuado.					
5	Realizar negociaciones.					
6	Hacer el pedido.					
7	Revisar los insumos.					
8	Pagar a l proveedor.					
9	Preparación para embalaje de envió.					
10	Embalaje de los insumos.					
11	Transporte al área de envió comercial.					
12	Envío de los insumos vía área.					
13	Confirmación de entrega de insumos al local.					

Diagrama 1.3 Proceso- Compras.

DIAGRAMA DE PROCESO

Proceso: Diseño.

No.	Descripción.	Operación	Inspección.	Transporte.	Espera.	Almacén.
		○	□	➔	D	▽
1	Establecer una temática y/ o insumos.					
2	Realizar bosquejos con representación grafica.					
3	Seleccionar los mejores diseños.					
4	Realizar prototipo.					
5	Verificar el prototipo realizado					
6	Realizar adecuaciones o modificaciones a las variantes del producto.					
7	Aceptar o rechazar el producto					
8	Realizar el la hoja de diseño y materiales del producto.					
9	Anexar la hoja de diseño al catalogo general.					
10	Tomar fotografía al prototipo y anexar al catalogo de productos.					

Diagrama 1.4 Proceso- Diseño.

DIAGRAMA DE PROCESO

Proceso: Venta.

No.	Descripción.	Operación	Inspección.	Transporte.	Espera.	Almacén.
		○	□	➔	D	▽
1	Recepción del cliente					
2	Presentación de los catálogos físicos y gráficos de los productos					
3	Facilitar la lección del cliente.					
4	Realizar el ticket.					
5	Indicar el monto a pagar.					
6	Recibir el dinero por el producto.					
7	Fijar la fecha de entrega					
8	Elaborar el producto					
9	Colocar el envase y/o empaque.					
10	Entregar al cliente.					
11	Agradecer su compra.					

Diagrama 1.5 Proceso- Ventas.

DIAGRAMA DE PROCESO

Proceso: Almacén.

No.	Descripción.	Operación	Inspección.	Transporte.	Espera.	Almacén.
		○	▭	➡	D	▽
1	Recibir los insumos.					
2	Revisar las especificaciones de los productos y catalogar de acuerdo a su tipo.					
3	Iniciar el cronograma de entrada de productos y determinar su vida de anaquel.					
4	Resguardo de los insumos en los anaqueles.					
5	Cambio de agua, nutrientes, y mantenimiento preventivo a flores vivas.					
6	Baja de material del inventario por venta o termino de vida en anaquel.					
7	Recolección y procesamiento de desperdicios y mermas.					
8	Requisición periódica de insumos para la elaboración de los productos.					

Diagrama 1.6 Proceso- Almacén

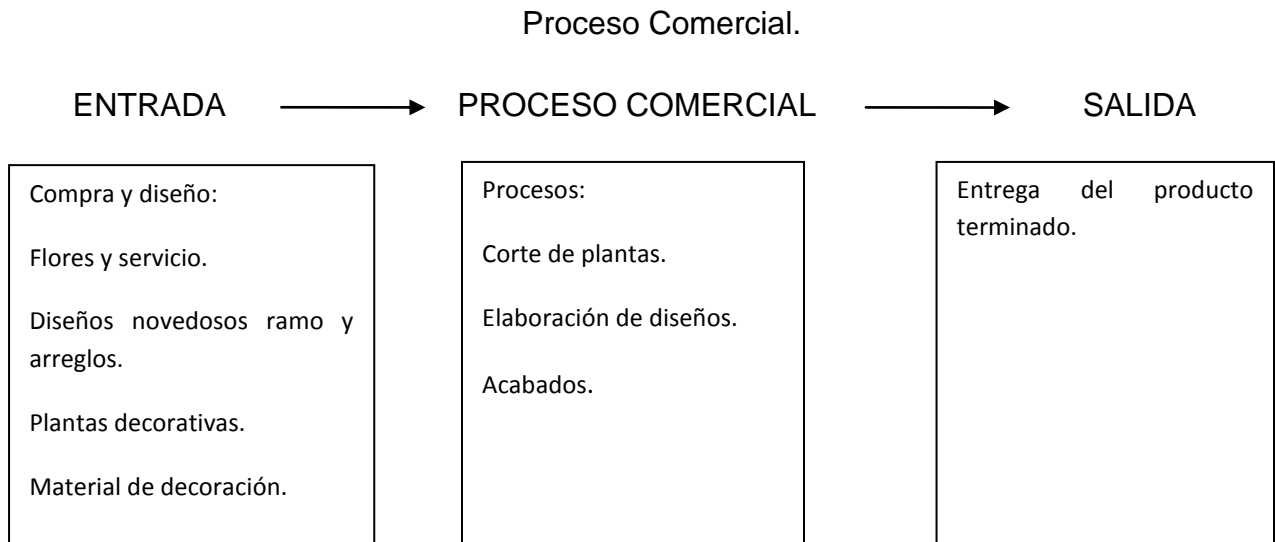
3.3.6. Control de calidad.

En el mercado actual las empresas que logran destacar en el mercado son aquellas que se diferencian por su calidad, para el proyecto creemos que la base de la estrategia de éxito está en paralelo a la satisfacción de los clientes, esto será posible al ofrecer un producto de calidad y una atención personalizada. Por lo que para efectos del proyecto se establecerá una política de calidad y así satisfacer las expectativas de los clientes.

Es por eso que en el proyecto se aplicara un control de calidad a todos los productos, a continuación se presenta un programa de calidad en el área de producción.

Objetivo: Establecer medidas de inspección en las actividades comerciales para ofrecer a los clientes los mejores productos con estándares aceptables dentro del mercado en el cual se va a competir.

Figura 3.17 Sistema comercial de Blumen.



Fuente: Elaboración propia con datos del estudio técnico.

En las tres fases del sistema se establecerán los siguientes controles:

Entrada.

Revisión: al llegar la mercancía o comprarla, deberá comprobarse con la hoja de especificaciones, respecto a los requerimientos establecidos.

El diseñador debe verificar:

- Especificaciones de la flor: tamaño, color, que venga en buen estado
- Tipo de flor: que sea la flor solicitada
- Condiciones de entrega: Horario, fecha.
- Negociaciones acordadas: Garantía, monto, términos de pago y descuento.

Almacén de materia prima.

El área de almacén deberá estar condicionada con equipo y mobiliario adecuado para la protección de los materiales hasta su uso.

Decorador

El decorador junto con los trabajadores realizarán varios prototipos de arreglos y ramos para detectar mejoras o errores, con lo cual una vez verificados y aprobados por el decorador y diseñador se iniciará con la producción.

Proceso de comercialización.

Proceso de elaboración

El diseñador deberá evaluar los ramos y arreglos elaborados junto con las hojas de los prototipos previamente elaborados para dar la autorización para que éstos se pongan a la venta.

Es por esto que se utilizarán dos de las herramientas de calidad, una es la hoja de registro donde se anotará sus errores y las repeticiones de este, con esto se pretende tener una estadística del problema en el proceso y buscar soluciones.

El siguiente esquema muestra los datos que deben ir en la hoja de registro, ejemplificando las fallas que pudiera haber en la elaboración de ramos y arreglos florales.

Tabla 3.20 Hoja de registro de Blumen

HOJA DE REGISTRO		
Producto : Arreglo SAN VALENTÍN		
Fase del proceso: Entrega		Revisó : Diseñador
Tipo de Falla	Subtotal	Registro
Confusión en la orden de compra.	IIII	5
Rezago en el inventario.	IIIIIIIIII	11
Intercambio de materiales.	III	3
Armado incorrecto de productos.	IIIIII	6
Embalaje defectuoso.	IIIIIIII	8
Otros	II	2
Total de fallas		35

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio técnico.

Diagrama de Pareto.

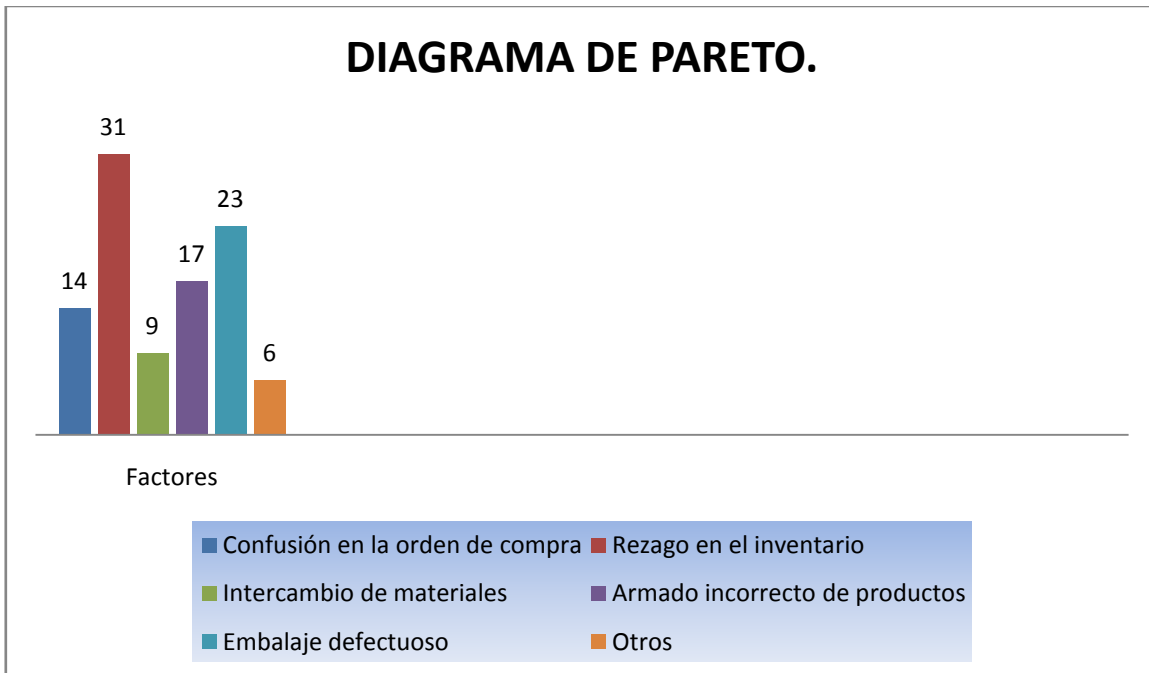
La segunda herramienta de calidad es el diagrama de Pareto, el cual permite a través de información obtenida en la hoja de registro encontrar el factor de mayor incidencia porque solucionara el 80% de los problemas en el proceso de comercialización. La ley de Pareto establece que si el 20% de las variables que más impactan están controladas, el 80% del problema está resuelto.

Tabla 3.21 Diagrama de Pareto Blumen.

DIAGRAMA DE PARETO.			
Producto: Arreglo San Valentín. Fase del proceso: Confección. Reviso: Diseñador.			
FACTORES	INCIDENCIAS	%	ACUMULADO
Confusión en la orden de compra.	5	14.28	14.28
Rezago en el inventario.	11	31.42	45.7
Intercambio de materiales.	3	8.57	54.27
Armado incorrecto de productos.	6	17.14	71.41
Embalaje defectuoso.	8	22.85	94.26
Otros.	2	5.71	100
Total de fallas.	35	100	

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio técnico.

Diagrama 1.7 Pareto Blumen.



Fuente: Elaboración propia con datos del estudio técnico.

SALIDA

Producto terminado

Esta etapa consiste en verificar que los arreglos y ramos estén bien elaborados, es por esto que el Florista debe de comprobar la cantidad de producción realizada; concluida esta inspección se le coloca una etiqueta de autorización.

Servicio

El encargado de la tienda deberá fomentar la atención al cliente para que la practique, la difunda, y la trascienda al personal, ya que es importante para efectuar la venta del producto y conservar la preferencia del cliente

La atención al cliente en “Blumen” consta de:

- Eficiencia en las actividades: se implementará cursos de capacitación al personal para llevar a cabo adecuadamente las labores en el negocio.

- Respeto: se le inculcará a los empleados el uso de buenos modales y lenguaje apropiado con los clientes y compañeros.
- Trato amable: El personal de la tienda siempre atenderá de la manera más cortés a sus clientes siempre buscando satisfacer sus peticiones.
- Buzón de quejas y sugerencias: los clientes siempre podrán expresar sus quejas y sugerencias para mejorar la atención en la tienda los cuales serán revisados por el gerente y luego por los trabajadores para buscar la mejor solución.

3.3.7. Maquinaria y herramientas.

Tabla 3.22 Maquinaria y equipo de Blumen.




Para la operación de Blumen, es necesario contar con la siguiente maquinaria y equipo:

UNIDADES	PRODUCTO	COSTO	ESPECIFICACIONES
3	Tijeras jardín 	\$200.00	Tijeras para corte grueso de plantas.
3	Rociador profesional 	\$70.00	Sirve para hidratar a las plantas de manera uniforme.
1	Gallón rociador. 	\$320.00	Herramienta útil en la distribución de insecticidas y fungicidas.




2	Mata insecto eléctrico.		\$250.00	Elimina la presencia de Insectos voladores.
3	Porta macetas.		\$206.00	Sirven para la decoración del local con plantas vivas.
2	Herramientas de trasplante de plástico		\$60.00	Material utilizado para el manejo de las plantas vivas.
2	Termómetro eléctrico.		\$300.00	Sirve para mantener una temperatura correcta al interior del local.

1	Bomba de jardín sumergible.		\$1300.00	Es utilizada para drenar y abastecer agua corriente a un estanque.
1	Bomba para cascada.		\$600.00	Propulsa el agua para la cascada.
1	Estanque hidropónico		\$1000.00	Sirve para mantener las flores hidropónicas en buen estado.
1	Soportes para jardín hidropónico		\$600.00	Estructura para plantas hidropónicas.

1	Filtro		\$150.00	Limpia el agua de impurezas para el estanque.
2	Manguera plástica.		\$62.00	Se utiliza como fuente de distribución de agua para las diversas actividades.
10	Conexiones manguera.		\$12.00	Sirven de unión para el sistema de riego.
10	Abrazaderas		\$3.00	Ajustan las mangueras de riego.
2	Pistola dispensadora.		\$110.00	Distribuye los químicos.

2	Riel para manguera.		\$50.00	Se utiliza para el acomodo de la manguera.
3	Herramienta profesional para jardinería.		\$280.00	Herramienta de precisión para el manejo de las flores.
4	Tijeras tradicionales.		\$95.00	Herramienta funcional para el podado de plantas.

4	Tijeras para floricultura.		\$123.00	Sirven para detallar las características de las flores.
2	Maletín para herramienta.		\$164.00	Mantiene el orden de las herramientas.
4	Trasplantador		\$60.00	Se utiliza para el manejo de plantas.
4	Cultivador.		\$60.00	Herramienta útil en el manejo de la tierra y abono.

2	Machete doble filo.		\$300.00	Sirve para cortar las plantas de diversas características..
3	Machete sencillo.		\$80.00	Herramienta útil en la confección de medidas de las plantas.
5	Guantes de carnaza.		\$45.00	Proporciona seguridad para el florista en el manejo de plantas.
1	Depósito de agua.		\$1500.00	Contenedor de agua para el uso del local comercial.

1	Contenedor de 50 litros.		\$180.00	Sirve como recipiente de reserva de agua.
1	Gabinete.		\$476.00	Mantiene el orden y control del inventario de la herramienta.
2	Bote de basura con ruedas.		\$1000.00	Depósito de desechos orgánicos e inorgánicos
1	Escalerilla		\$300.00	Escalera de dos posiciones de uso rudo.
3	Trapeador		\$60.00	Limpia el piso de agua en exceso.

3	Jalador		\$70.00	Retira el agua innecesaria del piso.
2	Cepillo de mano.		\$25.00	Realiza una limpieza profunda de los instrumentos de trabajo.
3	Escoba		\$50.00	Facilita la recolección de residuos.
2	Recogedor		\$20.00	Herramienta útil en la recolección de residuos.
15	Franelas absorbentes.		\$20.00	Material de limpieza absorbente de líquidos.

1	Cooler		\$1900.00	Equipo de refrigeración.
2	Extensión eléctrica.		\$100.00	Unidad de conexión eléctrica de 5 metros.
1	Mesa plástica plegable.		\$1000.00	Mesa de trabajo y armado.
1	Ventilador de torre.		\$385.00	Ventilador giratorio de 3 velocidades.
5	Mandil de carnaza.		\$70.00	Protección para el manejo de plantas.

1	Caja de seguridad.		\$1600.00	Cuenta con sistema de apertura electrónico y manual.
1	Extintor.		\$800.00	Contiene agentes químicos contra incendios.
15	Soportes y rieles de exhibidores.		\$120.00	Sirve para la instalación de exhibidores del proyecto.
1	Taladro inalámbrico		\$500	Herramienta de perforación de madera y acero.
2	Juego de martillos.		\$350.00	Herramienta de confección de recipientes.

6	Prensa de hierro.		\$45.00	Soporte para estructuras de de madera.
2	Pistola de silicón industrial.		\$190.00	Sirve para unir elementos de confección.
2	Juegos de pinzas	 v	\$130.00	Herramientas que facilitan el manejo de insumos metálicos y de madera.
1	Engrapadora de uso rudo.		\$180.00	Utiliza grapas de tamaño industrial y ofrece un manejo sencillo.

2	Juego de desarmadores.		\$100.00	Desarmadores de distintas capacidades.
3	Juegos de cuchillos varios.		\$290.00	Sirven para la confección de las flores.
6	Navajas utilitarias.		\$90.00	Se utilizan para estilizar los tallos de las flores.
4	Cutter.		\$30.00	Navaja multiusos.
3	Espátula.		\$25.00	Herramienta de confección.

3	Fajas.		\$100.00	Soporte para proteger a las personas en labores de carga y descarga.
4	Cintas métricas		\$5.00	Instrumento de medición.
4	Sillas de trabajo.		\$450.00	Sillas ergonómicas de acuerdo al área de trabajo.
1	Camioneta de reparto con cooler.		\$80000.00	Unidad de reparto.
1	Computadora de escritorio.		\$5.500.00	Herramienta útil en los procesos del proyecto.

2	Regulador		\$350.00	Protege elementos electrónicos de posibles descargas.
1	Impresora		\$500.00	Imprime y escanea archivos diversos.
1	Archivero		\$1000.00	Organiza los documentos generados.
1	Horno de microondas		\$700	Horno para empleados.

1	Teléfono		\$400.00	Teléfono con identificador.
	Material de papelería en general		\$S/D	Uso diverso en las actividades del proyecto.
1	Caja registradora		\$900.00	Facilita el manejo del cobro.
1	Mostrador		\$1300.00	Mostrador de cobro.
15	Exhibidores		\$60.00	Sirve para mostrar los diversos productos.
	Material de limpieza en general.			

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio técnico.

3.3.8. Proveedores.

A continuación se enlistan a los proveedores de herramienta, equipo, papelería y materia prima. Se presentan diferentes empresas con la finalidad de contar con alternativas que cumplan con las características y elegir la mejor opción de compra, así como sus direcciones de acuerdo a la ubicación del proyecto. En el caso de la materia prima solo se mencionan las ubicaciones geográficas de los proveedores por razones de uso comercial.

Herramientas:

Tijeras, gallón, herramientas de jardinería, mangueras, depósito de agua, minisplit, etc.

-Ferrox. Francisco I. Madero No 5000, Centro, Culiacán, Sinaloa.

Tel. (667) 759-90-90

-Ferretería Malova. Francisco I. Madero No 702 Pte, Jorge Almada, Culiacán, Sinaloa.

Tel. (667) 712-23-32

-Ferretería Yaqui. Ángel Flores No 289 Pte, Centro, Culiacán, Sinaloa.

Tel. (667) 716-46-60

Equipo de oficina:

Computadora, impresora, archivero, sillas, etc.

-Taba Muebles. Rodolfo G Robles No 195, Centro, Culiacán, Sinaloa.

Tel. (667) 715-43-00

-Office Depot Sucursal Culiacán, Boulevard Culiacán No 450 Pte, Recursos Hidráulicos, Culiacán, Sinaloa.

-Ofimax Guillermo Batiz Paredes No 1028, Republica Mexicana, Culiacán, Sinaloa.

Tel. (667) 749-58-51

Mobiliario de tienda:

Mostrador, racks, estantes, etc.

-Office Racks, Melchor Ocampo No 29, Benito Juarez,Navolato Sinaloa.

Tel. (667) 173-88-88

-Edeco, Lola Beltran 3110 Pte, Horizontes Culiacán, Sinaloa.

Tel. (667) 146-97-97

Equipo de transporte:

Aeroméxico Express Cargo:

Contacto Culiacán, Aeropuerto Federal de Bachigualato. Carretera Navolato Km 4.5 Interior del aeropuerto.

Tel. 52 (667) 760 4743/ 760-4744

Contacto Distrito Federal, Sucursal Cumbres de Maltrata No 616 Local D, Américas Unidas, Benito Juárez.

Materia prima:

-Importador de flores Holandesas, Distrito Federal.

-Floricultores, Atlixco Puebla.

.Floricultores del Estado de México.

-Floricultores del estado de Sinaloa.

-Mercado de Jamaica, Distrito Federal

Embalaje:

-Foliam, Lorenzo Boturini No 51, Obrera, Distrito Federal, Cuauhtémoc.

Tel.57-61-65-00

3.3.9. Leyes y reglamentos.

Las principales normas y leyes que se deben considerar porque rigen las actividades en el ambiente laboral, industrial, de salud y comercial para Blumen son:

Ley del Seguro Social

Ley Federal del Trabajo

Ley General de Sociedades Mercantiles

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

Código de Comercio

Ley de Propiedad Industrial

Ley de Impuesto sobre la Renta

Ley de Salubridad

*En el anexo se mencionan a detalle cada artículo de cada ley antes mencionada, ya que son necesarias para operar legalmente Blumen.

Norma Oficial Mexicana

La Norma Oficial mexicana (NOM) beneficia y es indispensable que una empresa pueda certificar las condiciones de sus operaciones, productos e instalaciones para que sus clientes puedan constatar la calidad de la empresa y al responsabilidad antes los clientes. Las principales normas de aplicación por el giro de la empresa son:

NOM-009-FITO-1995

Objetivo y campo de aplicación.

Esta Norma Oficial Mexicana tiene por objeto establecer los requisitos fitosanitarios para la importación de flor cortada y follaje fresco, resultando aplicable a estos vegetales comprendidos en el punto 4.2 de esta Norma, así como a los productos y subproductos vegetales utilizados como material de embalaje o empaque de los mismos.

Referencias

Para la correcta aplicación de esta Norma Oficial es necesario consultar la siguiente Norma Oficial.

Mexicana:

Norma Oficial Mexicana NOM-006-FITO-1995, por la que se establecen los requisitos mínimos aplicables a situaciones generales que deberán cumplir los vegetales, sus productos y subproductos que se pretendan importar cuando éstos no estén establecidos en una norma oficial específica.

Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 26 de febrero de 1996.

Especificaciones

Importación de flores cortadas y follaje fresco. Todas las importaciones de flor cortada y follaje fresco, así como los productos o subproductos vegetales utilizados como material de embalaje o empaque de los mismos, deben cumplir con los requisitos fitosanitarios establecidos en esta Norma Oficial por especie y país de origen, debiendo estar libres de otras partes de la planta diferentes al producto a importar.

Productos regulados

Esta Norma Oficial Mexicana regula la importación de todas aquellas flores cortadas y follajes frescos, con excepción de las especies forestales que pretendan ser importadas a México.

Requisitos generales para la importación de flores cortadas y follajes frescos. Los requisitos para la importación de flor cortada y follaje fresco que se deberán de cumplir, son los siguientes:

- Certificado Fitosanitario Internacional, donde se indique el lugar de producción del producto y que el embarque se encuentra libre de las plagas cuarentenarias específicas anotadas por especie en este ordenamiento.

NOM-001-STPS-1999.CONDICIONES DE SEGURIDAD E HIGIENE

Relativa a las condiciones de seguridad e higiene en los locales, edificios, instalaciones y áreas de los centros de trabajo.

Objetivo: Establecer las condiciones de seguridad e higiene que deben tener los locales, edificios, instalaciones y áreas en los centros de trabajo, para su conservación y funcionamiento para evitar riesgos a los trabajadores.

Campo de aplicación: La presente Norma rige en todo el territorio nacional y aplica en los centros de trabajo.

Obligaciones del patrón

1.-Conservar en condiciones de funcionamiento seguro los locales, edificios, instalaciones y áreas del centro de trabajo.

2.-Realizar verificaciones oculares periódicas a las instalaciones y elementos estructurales, de acuerdo con el programa de la comisión de seguridad e higiene del centro de trabajo, o cuando haya ocurrido un evento que hubiera podido causar daño.

3.- Establecer lugares limpios, seguros y adecuados destinados al servicio de los trabajadores, para sanitarios y consumo de alimentos.

4.- Las puertas, vías de acceso y de circulación, escaleras, lugares de servicio para los trabajadores y puestos de trabajo, deben facilitar las actividades y el desplazamiento de los trabajadores discapacitados, cuando éstos laboren en el centro de trabajo.

5.- Los pisos, rampas, plataformas elevadas, puentes y las huellas de escaleras deben mantenerse en condiciones tales, que eviten que el trabajador al usarlos resbale.

Obligaciones de los trabajadores

1.- Informar al patrón de las condiciones inseguras que detecten en los locales, edificios, instalaciones y áreas de los centros de trabajo.

2.- Cooperar en la conservación de las condiciones del funcionamiento seguro de los locales, edificios, instalaciones y áreas del centro de trabajo y no darles otro uso distinto para el que fueron diseñados.

Requisitos de seguridad de áreas y elementos estructurales

1.-Las áreas deben conservarse limpias y en orden, permitiendo el desarrollo de las actividades para las que fueron destinadas, asimismo, se les debe dar mantenimiento correctivo y preventivo.

2.- Las áreas del centro de trabajo, tales como mantenimiento, producción, circulación de personas y vehículos, zonas de riesgo, almacenamiento y servicios para los trabajadores, se deben delimitar mediante barandales.

3.- Toda instalación que soporte cargas fijas o móviles debe construirse de tal manera que asegure su resistencia a posibles fallas estructurales y posibles riesgo de impacto, para lo cual deben considerarse tanto las condiciones normales de operación, como situaciones extraordinarias que puedan afectarlas, tales como impacto accidental de vehículos, fenómenos meteorológicos y sismos.

3.4. Estudio Administrativo.

El estudio administrativo sirve para establecer lineamientos organizacionales, la estructura que implementará la empresa para establecer sus relaciones formales e informales y las actividades y características que debe tener el personal; para realizar dicho análisis en el ámbito administrativo. A continuación se presentan los siguientes elementos que se abordarán en este estudio, con el propósito de dar a conocer la manera en que funcionará internamente la empresa:

- Misión y visión de “Blumen”
- Clasificación de la empresa, identificar a la empresa y la normatividad legal al estar constituida como una sociedad mercantil
- Estructura organizacional, el conocer la jerarquía de puestos, tramo de control, estructura de autoridad y número de trabajadores.
- Normas organizacionales, establecer por escrito las políticas y reglas de la empresa.

3.4.1. Misión de Blumen.

Ofrecer productos innovadores que satisfagan los gustos y deseos del cliente con un estilo único en arreglos y ramos de flores, logrando una participación activa en el mercado y de esta manera fomentar el empleo en el país.

3.4.2. Visión de Blumen.

Ser una empresa reconocida y preferida por su atención personalizada y única con lo cual el cliente se sienta satisfecho por lo novedoso, innovador y creativo en cada uno de sus productos.

3.4.3. Clasificación de la empresa.

En base a la clasificación presentada en el marco teórico, la clasificación de Blumen es la siguiente:

- ❖ Por su giro industrial- comercial.
- ❖ Por su origen : nacional

- ❖ Por sector económico : secundario-terciario
- ❖ De acuerdo al tamaño: pequeña empresa según el DOF (4 empleados)
- ❖ Por su aportación de capital : privado

3.4.4. Tipo de Sociedad.

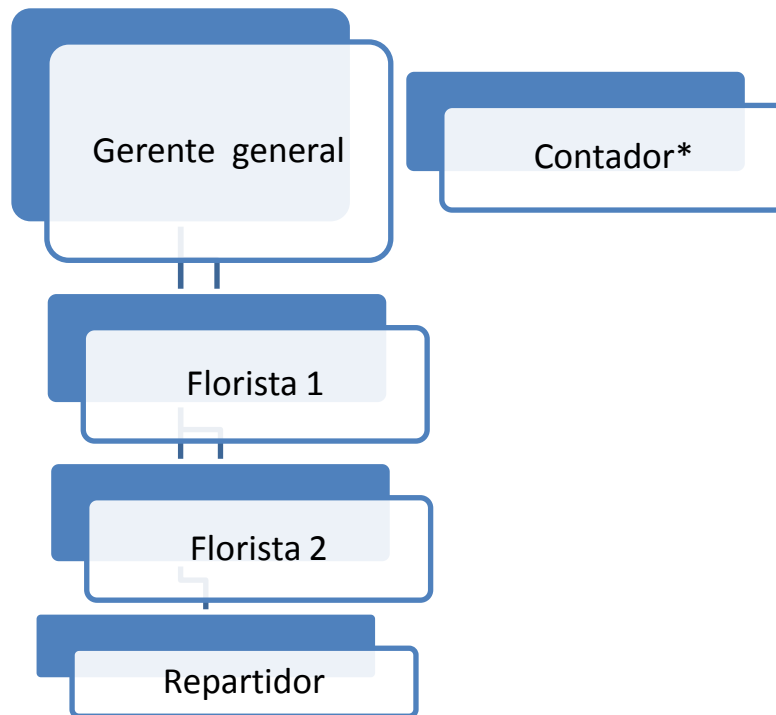
El tipo de sociedad que se adecua a las características y necesidades de Blumen es la sociedad anónima de capital variable (S.A. de C.V) , porque se compone de un número ilimitado de socios, lo cual abre la posibilidad para poder invertir el capital necesarios para el desarrollo y con esto poder hacer frente a posibles contingencias ya que la responsabilidad recae sobre todos los socios, lo cual al ser una empresa pequeña y nueva permite que a través esta clasificación todos los socios puedan opinar al igual que en el análisis de situaciones internas y externas que se puedan presentar.

Es por esto que el contrato se formalizará bajo la denominación Blumen S.A. de C.V cumpliendo con las siguientes características:

- En cuanto al monto de acciones: sociedad de capital variable.
- En cuanto a su forma legal: sociedad anónima
- En cuanto a la responsabilidad de los socios: una sociedad de capitales.

3.4.5. Estructura Organizacional.

Figura 3.18 Organigrama de Blumen.



*El puesto del contador apoya al negocio de manera externa y como staff.

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio administrativo.

3.4.6. Descripción de puestos.

Perfil y descripción de puesto.

Gerente General.

1. Identificación del puesto

Denominación: Gerente General

Tipo de puesto: Operativo () Administrativo (x)

Horario: 9:00 a 18:00 hrs.

Hora de comida: 14:00 a 15:00 hrs.

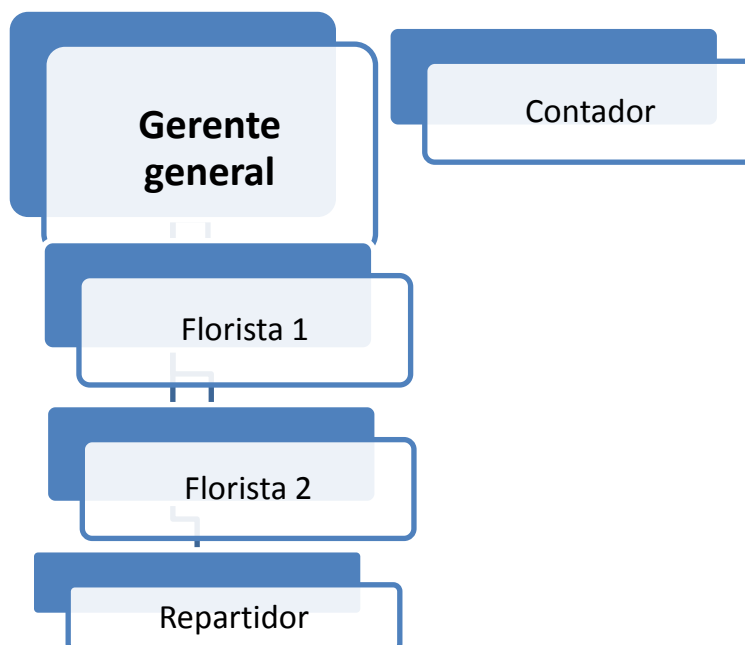
2. Dependencia Jerárquica y tramo de control de puesto

Reporta a : al propietario del negocio.

Supervisa a: Floristas y repartidor.

3. Ubicación Orgánica del puesto

Figura 3.19 Gerente General



Fuente: Elaboración propia con datos del estudio administrativo.

4. Función Genérica

Dirigir y controlar las funciones de cada área de la empresa, con base en la supervisión continua de las actividades, procesos y manejo de los recursos para lograr los objetivos planeados.

5. Funciones específicas o actividades

- Establecer las políticas de operación de la empresa.
- Realizar reclutamiento y selección del personal cuando sea necesario.
- Planear, dirigir, organizar y controlar las operaciones de la empresa.
- Mediar conflictos entre los empleados.
- Entrevistar a candidatos, evaluar y contratar.
- Establecer los índices de resultados de la empresa.
- Desarrollar el plan estratégico de la empresa.
- Realiza las cotizaciones de insumos estratégicos.
- Surte las órdenes de compra y realiza el envío de las mismas al destino de uso.

6. Requisitos Generales

- Edad: Mínima 24 Máxima 50
- Sexo: indistinto
- Estado Civil: indistinto
- Experiencia: Si (x) No () especifique : Conocimientos administrativos y técnicos de la industria de las flores.
- Competencias Laborales: Trabajo en equipo, trabajo bajo presión, toma de decisiones, gestión administrativa, responsabilidad y manejo de conflictos.
- Escolaridad mínima: Licenciatura en Administración.
- Conocimientos de paquetería Informática: Office.

7.-Sueldo Mensual; \$10,500

Perfil y descripción de puesto.

Florista 1.

1. Identificación del puesto

Denominación: Florista.

Tipo de puesto: Operativo (x) Administrativo ()

Horario: 10:00 a 20:00 hrs.

Horario de comida: 15:00 a 16:00 hrs.

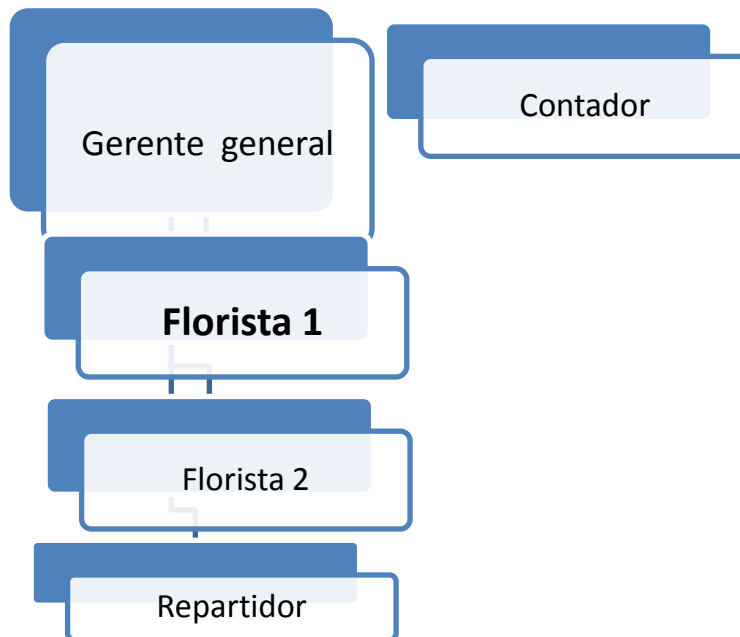
2. Dependencia Jerárquica y tramo de control de puesto

Reporta a : Gerente General

Supervisa a : Repartidor y Florista 2.

3. Ubicación Orgánica del puesto

Figura 3.20 Florista 1



Fuente: Elaboración propia con datos del estudio administrativo.

4. Función Genérica

Supervisar la elaboración de los productos y controlar los registros del almacén de materia prima y producto terminado.

5. Funciones específicas o actividades

- Atender a los clientes.
- Resolver problemas de la florería.
- Organizar los horarios de trabajo.
- Realizar informes e inventarios de ventas semanales.
- Realizar devoluciones.
- Cobrar la mercancía.
- Identificar los arreglos y ramos más apropiados para exhibirse en la tienda.
- Revisar buzón de quejas y sugerencias.
- Realizar el corte de caja.
- Entregar el monto de las ventas semanales al Gerente.
- Llevar a cabo la compra de todo lo que se requiere para la elaboración de los arreglos y ramos florales.

6. Requisitos Generales

- Edad: Mínima 25 Máxima 50
- Sexo: indistinto
- Estado Civil: indistinto
- Experiencia: si (x) no () especifique : Experiencia mínima de un año en ventas y manejo de caja registradora.
- Competencias Laborales: Trabajo en equipo, cooperación, trabajo bajo presión, toma de decisiones y responsabilidad.

- Escolaridad mínima: Media superior.
- Conocimientos especiales: No necesario.
- Conocimientos de paquetería Informática: Básico.

7.-Sueldo Mensual; \$6,000.00

Perfil y descripción de puesto.

Florista 2.

1. Identificación del puesto

Denominación: Florista.

Tipo de puesto: Operativo () Administrativo ()

Horario: 10:00 a 20:00 hrs.

Horario: 16:00 a 17:00 hrs.

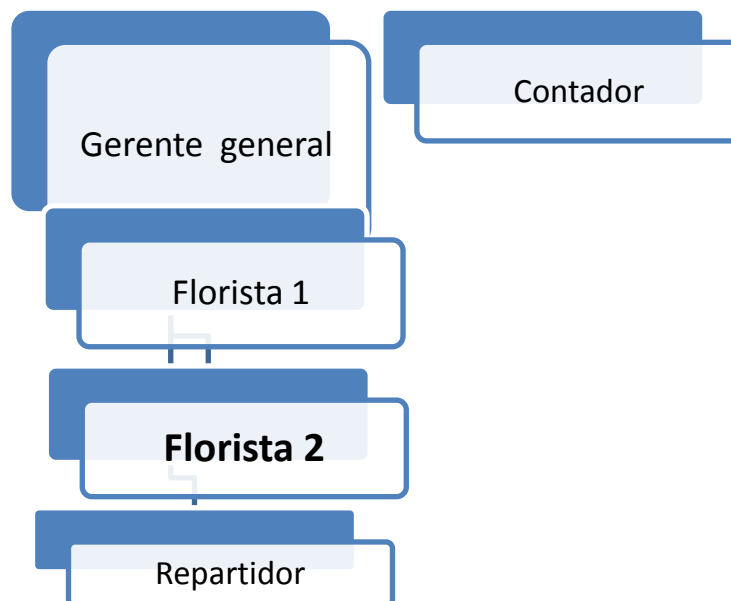
2. Dependencia Jerárquica y tramo de control de puesto

Reporta a : Florista 1

Supervisa a: Repartidor.

3. Ubicación Orgánica del puesto

Figura 3.21 Florista 2



Fuente: Elaboración propia con datos del estudio administrativo.

4. Función Genérica

Brindar un trato amable y único que haga sentir a los clientes en confort total.

5. Funciones específicas o actividades

- Atender a los clientes.
- Realizar informes e inventarios de ventas semanales.
- Identificar los arreglos y ramos más apropiados para exhibirse en la tienda.
- Mantener la limpieza así como el orden de la tienda.
- Auxiliar a los clientes en elegir la mejor opción para su compra.
- Siempre mantener la tienda con los mejores arreglos de temporada.
- Estar al pendiente del stock de arreglos y ramos según lo requerido.

6. Requisitos Generales

- Edad: Mínima 18 Máxima 50
- Sexo: indistinto
- Estado Civil: indistinto
- Experiencia: si () no (X)
- Competencias Laborales: Trabajo en equipo, cooperación, trabajo bajo presión, toma de decisiones y responsabilidad.
- Escolaridad mínima: Secundaria.
- Conocimientos especiales: No necesario.

7.-Sueldo Mensual; \$5,400.00

Perfil y descripción de puesto.

Repartidor.

1. Identificación del puesto

Denominación: Repartidor.

Tipo de puesto: Operativo () Administrativo ()

Horario: 10:00 a 20:00

Horario: No fijo.

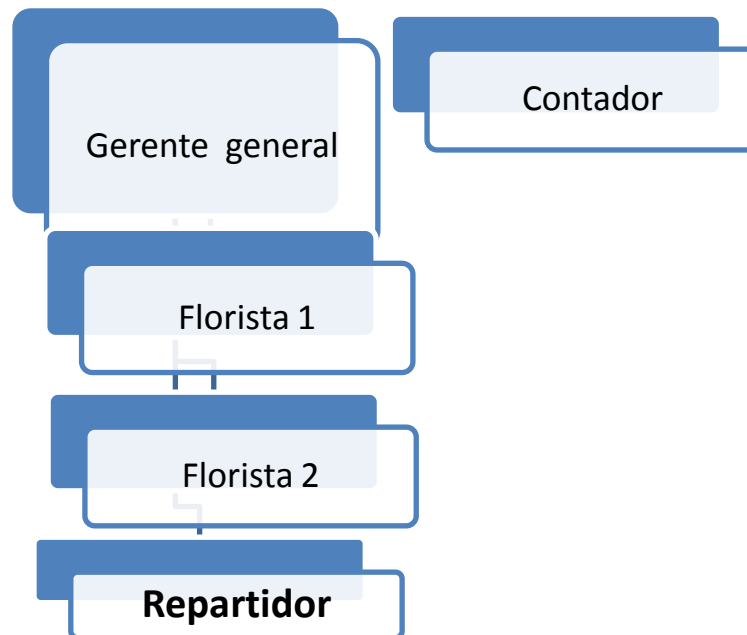
2. Dependencia Jerárquica y tramo de control de puesto

Reporta a : Florista 1

Supervisa a: Ninguno.

3. Ubicación Orgánica del puesto.

Figura 3.22 Repartidor.



Fuente: Elaboración propia con datos del estudio administrativo.

4. Función Genérica

Repartir y entregar el pedido de producto terminado al punto de venta, llevando un control y registro preciso de la mercancía, ya que él es el responsable.

5. Funciones específicas o actividades

- Realizar la recepción de entrada y salida de las materias primas.
- Acomodar los paquetes conforme tamaño y tipo de flor.
- Apoyar en el traslado de los productos al negocio.
- Realizar la limpieza del almacén.
- Atender a los clientes.
- Mantener la limpieza así como el orden de la tienda.
- Hacer entrega del producto terminado al encargado de la tienda.
- Informar y cotejar la orden de pedido con el encargado de la tienda la mercancía entregada.
- Recabar la firma del encargado de la tienda al finalizar la entrega de la mercancía.
- Llevar una bitácora con los siguientes datos : hora, fecha de salida y entrega de la mercancía y firma.
- Realizar el mantenimiento del transporte y si surge algún problema en éste avisar de inmediato.
- Apoyar con el traslado del personal siempre y cuando sea en beneficio de la empresa.
- Apoyar el traslado de materia prima.

6.Requisitos Generales

- Edad: Mínima 20 Máxima 45
- Sexo: hombre.
- Estado Civil: indistinto

- Experiencia: Si (x) No () Especifique : mínima de un puesto similar.
- Competencias Laborales: Trabajo presión, manejo de vans y cooperación.
- Escolaridad mínima: básica.
- Conocimientos especiales: Reglamento de tránsito, licencia de conducir vigente.
- Conocimiento de Paquetería Informática: No necesario.

7.-Sueldo Mensual; \$4,500.00

3.4.7. Tabla de Sueldos.

Los sueldos que a continuación se presentan tiene su funcionamiento en la resolución de la Comisión Nacional de Salarios Mínimos, la cual se encargar de fijar los salarios mínimos generales y profesionales que están vigentes desde el 1 de enero del 2011 y se aplican con “BLUMEN”.

Tabla 3.23 Tabla de sueldos de Blumen.

Núm.	Puesto	Salario Diario	Salario Integrado	Monto Mensual
1	Gerente General	\$350.00	\$400.00	\$10,500.00
2	Florista 1	\$200.00	\$250.00	\$6,000.00
3	Florista 2	\$180.00	\$230.00	\$5,400.00
4	Repartidor	\$150.00	\$180.00	\$4,500.00

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio administrativo.

3.4.8. Reglamento interno de trabajo.

Para mantener el orden, el respeto, la disciplina y compromiso en Blumen contamos con un Reglamento Interno de Trabajo (Véase anexo 2).

3.5. Estudio financiero.

El estudio financiero tiene como objetivo determinar la cantidad de dinero requerido para poner en marcha el proyecto y la forma en la que se va a financiar, estimando los recursos financieros que se necesitan tanto en la instalación (inversión fija y diferida), como para el funcionamiento del negocio (capital de trabajo).

La estimación financiera de la empresa permite tomar decisiones acerca de la viabilidad del proyecto y el logro de los objetivos económicos; de igual forma es recomendable pronosticar los resultados que tendrá la empresa en el tiempo determinado para contar con una base sustentable a futuro, la viabilidad del negocio se verá reflejada al finalizar los temas a desarrollar en el presente estudio.

3.5.1. Costo unitario.

Los requerimientos necesarios para comercializar los productos de Blumen, corresponde a cuatro variantes principales, de acuerdo a su composición, los cuales son: Flores, Transporte, Insumos de decoración e Insumos de preservación. Dichas variables son presentadas en un análisis de costo promedio con datos tomados del ramo del negocio, debido a que los precios de dichos productos sufren fluctuaciones considerables en varios periodos del año.

El costo de materia prima de los productos principales de Blumen se presenta en las siguientes tablas:

:

Tabla 3.24 Costos unitarios Blumen.

Unidad	Producto	FLORES			TRANSPORTE			INSUMOS DECORACION VARIOS			INSUMOS PRESERVACION VARIOS			Total
		Cantidad	Costo Unitario Promedio	Sub total	Cantidad	Costo Unitario Promedio	Sub total	Cantidad	Costo Unitario Promedio	Sub total	Cantidad	Costo Unitario Promedio	Sub total	
1	Ramo de rosas Chico	6	\$ 0,50	\$ 3,00	1	\$ 21,00	\$ 21,00	1	\$ 5,00	\$ 5,00	1	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 44,00
1	Ramo de rosas Grande	12	\$ 0,50	\$ 6,00	2	\$ 21,00	\$ 42,00	2	\$ 5,00	\$ 10,00	2	\$ 15,00	\$ 30,00	\$ 88,00
1	Arreglo de flores Chico	6	\$ 14,00	\$ 84,00	1	\$ 21,00	\$ 21,00	1	\$ 35,00	\$ 35,00	1	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 155,00
1	Arreglo de flores Grande	12	\$ 18,00	\$ 216,00	2	\$ 21,00	\$ 42,00	2	\$ 50,00	\$ 100,00	2	\$ 15,00	\$ 30,00	\$ 388,00
1	Arreglo de flores Viva Chico	4	\$ 20,00	\$ 80,00	1	\$ 21,00	\$ 21,00	1	\$ 25,00	\$ 25,00	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 146,00
1	Arreglo de flores Vivas Grande	8	\$ 30,00	\$ 240,00	2	\$ 21,00	\$ 42,00	2	\$ 25,00	\$ 50,00	2	\$ 20,00	\$ 40,00	\$ 372,00
1	Docena de rosas	12	\$ 0,50	\$ 6,00	1	\$ 21,00	\$ 21,00	1	\$ 5,00	\$ 5,00	1	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 44,00
1	Flor de importacion	1	\$ 35,00	\$ 35,00	1	\$ 21,00	\$ 21,00	-	-	-	1	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 66,00

Fuente: Elaboración propia, con datos del estudio financiero.

El costo unitario se calculó conforme a los datos recolectados de las ventas generales de un negocio que opera actualmente en el mercado, este criterio se tomó para la elaboración de la tabla ya que ofrece un panorama general de las variables debido a que los productos están constituidos por insumos que varían su precio dependiendo la temporada del año.

Los datos referentes a los insumos de decoración contemplan artículos como: el forraje, bases de plástico, etiquetas, listones, papel, tarjetas etc.

Los insumos para la preservación se constituyen por las variables de: agua, luz, envases, fertilizantes etc.

Costos generales.

Tabla 3.25 Costos generales.

Unidad	Producto	FLORES			TRANSPORTE			INSUMOS DECORACION VARIOS			INSUMOS PRESERVACION VARIOS			Total
		Cantidad	Costo Unitario Promedio	Sub total	Cantidad	Costo Unitario Promedio	Sub total	Cantidad	Costo Unitario Promedio	Sub total	Cantidad	Costo Unitario Promedio	Sub total	
1	Ramo de rosas Chico	6	\$ 0,50	\$ 3,00	1	\$ 21,00	\$ 21,00	1	\$ 5,00	\$ 5,00	1	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 44,00
1	Ramo de rosas Grande	12	\$ 0,50	\$ 6,00	2	\$ 21,00	\$ 42,00	2	\$ 5,00	\$ 10,00	2	\$ 15,00	\$ 30,00	\$ 88,00
1	Arreglo de flores Chico	6	\$ 14,00	\$ 84,00	1	\$ 21,00	\$ 21,00	1	\$ 35,00	\$ 35,00	1	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 155,00
1	Arreglo de flores Grande	12	\$ 18,00	\$ 216,00	2	\$ 21,00	\$ 42,00	2	\$ 50,00	\$ 100,00	2	\$ 15,00	\$ 30,00	\$ 388,00
1	Arreglo de flores Viva Chico	4	\$ 20,00	\$ 80,00	1	\$ 21,00	\$ 21,00	1	\$ 25,00	\$ 25,00	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 146,00
1	Arreglo de flores Vivas Grande	8	\$ 30,00	\$ 240,00	2	\$ 21,00	\$ 42,00	2	\$ 25,00	\$ 50,00	2	\$ 20,00	\$ 40,00	\$ 372,00
1	Docena de rosas	12	\$ 0,50	\$ 6,00	1	\$ 21,00	\$ 21,00	1	\$ 5,00	\$ 5,00	1	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 44,00
1	Flor de importacion	1	\$ 35,00	\$ 35,00	1	\$ 21,00	\$ 21,00	-	-	-	1	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 66,00

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por una florería que opera actualmente en el mercado.

Costos por producto.

Tabla 3.26 Detalle de costos por producto.

Unidad	Producto	Flores	Transporte	Insumos de decoración	Insumos de preservación	Empaque	Total
1	Ramo de rosas Chico	\$ 3,00	\$ 21,00	\$ 5,00	\$ 15,00	\$ 3,00	\$ 47,00
1	Ramo de rosas Grande	\$ 6,00	\$ 42,00	\$ 10,00	\$ 30,00	\$ 4,00	\$ 92,00
1	Arreglo de flores Chico	\$ 84,00	\$ 21,00	\$ 35,00	\$ 15,00	-	\$ 155,00
1	Arreglo de flores Grande	\$ 216,00	\$ 42,00	\$ 100,00	\$ 30,00	-	\$ 388,00
1	Arreglo de flores Vivas Chico	\$ 80,00	\$ 21,00	\$ 25,00	\$ 20,00	-	\$ 146,00
1	Arreglo de flores Vivas Grande	\$ 240,00	\$ 42,00	\$ 50,00	\$ 40,00	-	\$ 372,00
1	Docena de rosas	\$ 6,00	\$ 21,00	\$ 5,00	\$ 12,00	\$ 4,00	\$ 48,00
1	Flor exotica	\$ 35,00	\$ 21,00	-	\$ 10,00	\$ 4,00	\$ 46,50

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por una florería que opera actualmente en el mercado.

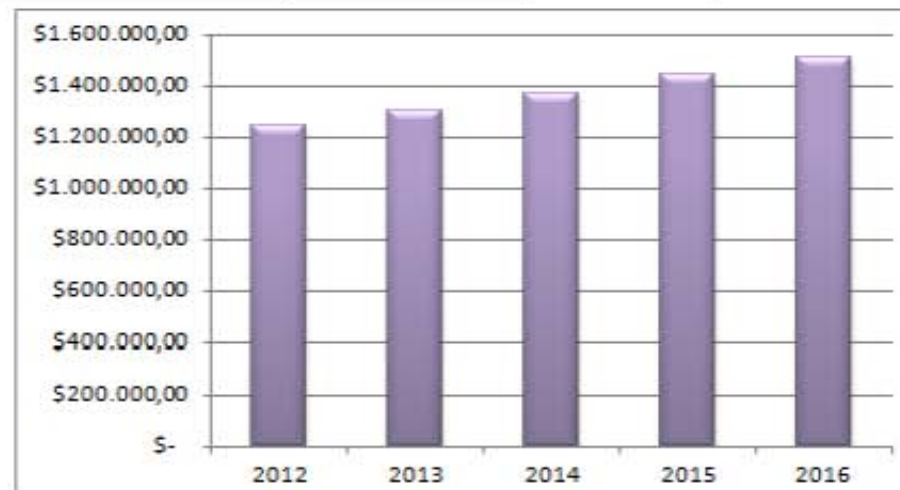
El empaque está constituido por una caja de cartón traslucida que le brinda una presentación atractiva al público.

3.5.2. Pronóstico de ventas anuales.

Las ventas pronosticadas para cinco años se efectuaron con base en el porcentaje de crecimiento que se espera tenga la empresa que será anualmente del 5% este porcentaje esta cercano a la inflación promedio esperada para los próximos años. Además se considera un crecimiento estable de esta manera por que se introducirán diseños y productos novedosos, así mismo con la recomendación y el posicionamiento del producto facilitara el crecimiento sostenido al diferenciarnos de nuestros competidores.

Tabla 3.27 Pronostico de ventas anuales.

PRONOSTICO DE VENTAS ANUAL							
PRODUCTOS	COSTO UNITARIO	PRECIO DE VENTA	AÑO				
			2012	2013	2014	2015	2016
Ramo de rosas Chico	\$ 47,00	\$ 149,90	900	945	992	1042	1094
Ramo de rosas Grande	\$ 92,00	\$ 245,00	400	420	441	463	486
Arreglo de flores Chico	\$ 155,00	\$ 299,90	750	788	827	868	912
Arreglo de flores Grande	\$ 388,00	\$ 625,00	435	457	480	504	529
Arreglo de flores Vivas Chico	\$ 146,00	\$ 299,90	350	368	386	405	425
Arreglo de flores Vivas Grande	\$ 372,00	\$ 599,90	190	200	209	220	231
Docena de rosas	\$ 48,00	\$ 129,90	1500	1575	1654	1736	1823
Flor exotica	\$ 46,50	\$ 99,90	1000	1050	1103	1158	1216
TOTAL PRODUCTOS			7537	7814	8105	8411	8732
TOTAL VENTAS			\$ 1.243.406,00	\$ 1.305.576,30	\$ 1.370.855,12	\$ 1.439.397,87	\$ 1.511.367,76
TOTAL COSTOS			\$ 604.410,00	\$ 634.630,50	\$ 666.362,03	\$ 699.680,13	\$ 734.664,13



Fuente: Elaboración propia con datos de unidades esperadas a vender por producto en los próximos 5 años del estudio financiero.

3.5.3. Costo de maquinaria y equipo.

La siguiente cotización de precios fue obtenida después de una búsqueda de proveedores que tuvieran el equipo adecuado, conforme a las características específicas en el estudio técnico.

Los principales proveedores son los siguientes:

-Ferrox. Francisco I. Madero No 5000, Centro, Culiacán, Sinaloa.

-Taba Muebles. Rodolfo G Robles No 195, Centro, Culiacán, Sinaloa.

-Office Depot Sucursal Culiacán, Boulevard Culiacán No 450 Pte, Recursos

Hidráulicos, Culiacán, Sinaloa.

-Ofimax Guillermo Batiz Paredes No 1028, Republica Mexicana, Culiacán, Sinaloa.

-Office Racks, Melchor Ocampo No 29, Benito Juárez, Navolato Sinaloa.

-Edeco, Lola Beltrán 3110 Pte, Horizontes Culiacán, Sinaloa.

Maquinaria y equipo.

Tabla 3.28. Maquinaria y equipo.

UNIDADES	DESCRIPCIÓN	CTO. UNITARIO	CTO. TOTAL
3	Tijeras jardín	\$ 200,00	\$ 600,00
3	Rociador profesional	\$ 70,00	\$ 210,00
1	Gallón rociador.	\$ 320,00	\$ 320,00
2	Mata insecto eléctrico.	\$ 250,00	\$ 500,00
3	Porta macetas.	\$ 206,00	\$ 618,00
2	Herramientas de trasplante de plástico	\$60,00	\$ 120,00
2	Termómetro eléctrico.	\$ 300,00	\$ 600,00
1	Bomba de jardín sumergible.	\$1.300,00	\$ 1.300,00

1	Bomba para cascada.	\$ 600,00	\$ 600,00
1	Estanque hidropónico	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
1	Soportes para jardín hidropónico	\$ 600,00	\$ 600,00
1	Filtro	\$ 150,00	\$ 150,00
2	Manguera plástica.	\$ 62,00	\$ 124,00
10	Conexiones manguera.	\$ 12,00	\$ 120,00
10	Abrazaderas	\$ 3,00	\$ 30,00
2	Pistola dispensadora.	\$ 110,00	\$ 220,00
2	Riel para manguera.	\$ 50,00	\$ 100,00
3	Herramienta profesional para jardinería.	\$ 280,00	\$ 840,00
4	Tijeras tradicionales.	\$ 95,00	\$ 380,00
4	Tijeras para floricultura.	\$ 123,00	\$ 492,00
2	Maletín para herramienta.	\$ 164,00	\$ 328,00
4	Trasplantador	\$ 60,00	\$ 240,00
4	Cultivador.	\$ 60,00	\$ 240,00
2	Machete doble filo.	\$ 300,00	\$ 600,00
3	Machete sencillo.	\$ 80,00	\$ 240,00
5	Guantes de carnaza.	\$ 45,00	\$ 225,00
1	Depósito de agua.	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
1	Contenedor de 50 litros.	\$ 180,00	\$ 180,00
1	Escalerilla	\$ 300,00	\$ 300,00
1	Cooler	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00
2	Extensión eléctrica.	\$ 100,00	\$ 200,00
1	Mesa plástica plegable.	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
1	Ventilador de torre.	\$ 385,00	\$ 385,00
5	Mandil de carnaza.	\$ 70,00	\$ 350,00
1	Taladro inalámbrico	\$ 500,00	\$ 500,00
2	Juego de martillos.	\$ 350,00	\$ 700,00

6	Prensa de hierro.	\$ 45,00	\$ 270,00
2	Pistola de silicón industrial.	\$ 190,00	\$ 380,00
2	Juegos de pinzas	\$ 130,00	\$ 260,00
1	Engrapadora de uso rudo.	\$ 180,00	\$ 180,00
2	Juego de desarmadores.	\$ 100,00	\$ 200,00
3	Juegos de cuchillos varios.	\$ 290,00	\$ 870,00
6	Navajas utilitarias.	\$ 90,00	\$ 540,00
4	Cutter.	\$ 30,00	\$ 120,00
3	Espátula.	\$ 25,00	\$ 75,00
3	Fajas.	\$ 100,00	\$ 300,00
4	Cintas métricas	\$ 5,00	\$ 20,00
1	Material de limpieza en general.	\$ 250,00	\$ 250,00
COSTO TOTAL DE MAQUINARIA			\$ 21.277,00

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio Técnico.

Mobiliario y equipo de oficina.

Tabla 3.29. Mobiliario y equipo de oficina.

UNIDADES	DESCRIPCIÓN	CTO. UNITARIO	CTO. TOTAL
1	Gabinete.	\$ 476,00	\$ 476,00
1	Caja de seguridad.	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
4	Sillas de trabajo.	\$ 450,00	\$ 1.800,00
1	Computadora de escritorio.	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00
2	Regulador	\$ 350,00	\$ 700,00
1	Impresora	\$ 500,00	\$ 500,00
1	Archivero	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
1	Horno de microondas	\$ 700,00	\$ 700,00
1	Teléfono	\$ 400,00	\$ 400,00
1	Material de papelería en general	\$ 600,00	\$ 600,00
1	Caja registradora	\$ 900,00	\$ 900,00
COSTO TOTAL DE EQUIPO DE OFICINA			\$ 14.176,00

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio Técnico.

Mobiliario y equipo para el local comercial.

Tabla 3.30. Mobiliario y equipo para el local comercial.

UNIDADES	DESCRIPCIÓN	CTO.	CTO.
		UNITARIO	TOTAL
2	Bote de basura con ruedas.	\$1.000,00	\$ 2.000,00
3	Trapeador	\$ 60,00	\$ 180,00
3	Jalador	\$ 70,00	\$ 210,00
2	Cepillo de mano.	\$ 25,00	\$ 50,00
3	Escoba	\$ 50,00	\$ 150,00
2	Recogedor	\$ 20,00	\$ 40,00
15	Franelas absorbentes.	\$ 20,00	\$ 300,00
1	Extintor.	\$ 800,00	\$ 800,00
15	Soportes y rieles de exhibidores.	\$ 120,00	\$ 1.800,00
1	Mostrador	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
15	Exhibidores	\$ 60,00	\$ 900,00
TOTAL DE MOBILIARIO DEL LOCAL			\$ 7.730,00

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio Técnico.

3.5.4 .Costo total del proyecto.

Contando con los datos de la cotización anterior de equipo y herramienta del proyecto, se presenta en las tablas 3.31., 3.32, 3.33, 3.34 y 3.35 el desglose de la “inversión inicial”²⁴ para la puesta en marcha de Blumen tomando como referencia los rubros siguientes:

²⁴ Es el desembolso de dinero que requiere una determinada actividad comercial con la finalidad que los flujos de efectivo esperados del negocio compensen el capital invertido inicialmente, Morales Castro, Jose, Proyectos de inversión, 1era Edición, Ed. Mc-Graw Hill Interamericana, Mexico, 2009, pág. 329.

- Activos tangibles: activos fijo indispensables para el local comercial.
 1. Adecuaciones en local. Presupuesto para modificaciones.
 2. Instalación de agua luz y teléfono.
 - a. Contrato de servicio de agua potable.
 - b. Instalación y contrato de luz.
 - c. Contrato de línea telefónica.
 3. Herramienta. Cotización de materiales de trabajo.
 4. Equipo de oficina. Cotización de mobiliario.
 5. Equipo de transporte. Costo del equipo de reparto y transporte.
 6. Equipo para local comercial. Cotización de mobiliario y equipo para la tienda.
- Activos diferidos o intangibles: compra de servicios o derechos indispensables para ejecutar el proyecto.
 1. Gastos notariales, constitución y registro público. Costo para constituir la empresa.
- Capital de trabajo: se consideran los recursos de corto plazo que se necesitan para la operación normal de la organización respecto a la comercialización y distribución de productos. Es necesario considerar el monto de tres meses de actividad.
 1. Materia prima. Costo de la materia prima necesaria para la elaboración de los productos durante tres meses.
 2. Sueldos. Monto para pagar el trabajo de los empleados.
 3. Alquiler del local. Renta de tres meses para la venta de los productos.
 4. Caja para pago en efectivo. Cantidad para cubrir algunas contingencias.
- Imprevistos: para afrontar aquellos gastos no considerados y contrarrestar posibles contingencias se debe tener un 5% del activo tangible.

Inversión inicial

Tabla 3.31. Activos tangibles.

ACTIVOS TANGIBLES	
DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
Adecuaciones en local comercial.	\$ 16.875,00
Instalación de agua, luz y teléfono.	\$ 10.000,00
Total de herramienta.	\$ 21.277,00
Equipo de oficina.	\$ 14.176,00
Camioneta de reparto	\$ 80.000,00
Equipo para local.	\$ 7.730,00
TOTAL	\$ 150.058,00

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio financiero.

Tabla 3.32. Activos intangibles.

ACTIVOS INTANGIBLES.	
DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
Gastos notariales, constitución y registro público.	\$ 16.000,00
TOTAL	\$ 16.000,00

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio financiero.

Tabla 3.33. Capital de trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO	
DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
Materia prima.	\$ 50.367,50
Sueldos.	\$ 67.500,00
Alquiler local comercial.	\$ 15.000,00
Caja para pago en efectivo.	\$ 3.000,00
TOTAL	\$ 135.867,50

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio financiero.

Tabla 3.34. Imprevistos.

IMPREVISTOS	
DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
5% activo tangible.	\$ 10.000,00

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio financiero.

Tabla 3.35. Total general del proyecto

TOTAL GENERAL	\$ 311.925,50
----------------------	----------------------

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio financiero.

3.5.5. Financiamiento.

Para lograr poner en marcha a la empresa es necesario establecer las fuentes de financiamiento que harán posible la realización del proyecto; por lo tanto se expone la siguiente propuesta bajo las características de los estudios anteriores.

PROPUESTA DE FINANCIAMIENTO.

El financiamiento inicial de acuerdo a las tablas anteriores de Activos Tangibles, Activos Intangibles, Capital de Trabajo e Imprevistos es de \$ 311.925,50.

Consta de dos fuentes:

1. Blumen tendrá 3 socios , dos son los autores del presente proyecto y el otro es un familiar; la aportación total deberá ser de \$ 212,000.00
2. Es necesario recurrir a una fuente externa quien aportara \$ 100,000.00 para capital de trabajo e imprevistos, la fuente externa de financiamiento es a través de un programa de Nacional Financiera y la Secretaria de Economía y un intermediario directo que son los bancos que otorgan un crédito de acuerdo a las necesidades de la empresa.

3.5.6. Fuente de financiamiento externa.

Blumen considera la opción para el financiamiento de Nacional Financiera que junto con la Secretaria de Economía y un intermediario directo que son los bancos otorgan un crédito de acuerdo a las necesidades de la empresa.

La Secretaria de Economía, en colaboración con la banca de desarrollo y las instituciones financieras han diseñado productos de crédito a la medida de las Pymes.

Nacional Financiera cuenta con servicios importantes para empezar un negocio o consolidar el crecimiento a través de servicios que ayudan a las empresas a mejorar su competitividad y así superar las dificultades del complicado mundo de los negocios en campos como: capacitación, asistencia técnica e información.

Los créditos que ofrece están dirigidos a:

- Micro, pequeñas y medianas empresas, así como personas físicas con actividad empresarial, de los sectores, industrial, comercial y de servicios.
- Empresas en operación (aquellas empresas ya constituidas, con al menos 2 ejercicios fiscales terminados).
- Empresas nuevas (aquellas empresas que comienzan su actividad que ya están dadas de alta en SHCP, no se aceptan proyectos).

Blumen presenta las características de financiamiento que ofrece Mifel Pyme, la elección de esta institución es por sus programas flexibles para el otorgamiento de crédito a empresas nuevas. Apoya a pequeñas y medianas empresas que quieren establecer o hacer crecer su negocio, ofreciendo la capacidad económica que necesitan con crédito ya que realiza aportaciones a las necesidades de capital de trabajo o adquisiciones de activo fijo a plazos que van hasta 36 meses para capital de trabajo y 60 meses para la adquisición o remodelación de activos fijos.

Características del crédito para empresas nuevas MIFEL.

Para Capital de trabajo:

- Garantía: solamente un obligado solidario en proporción de 1 a 1, es decir, el patrimonio (bienes inmuebles libres de gravamen) del obligado solidario deben ser iguales al valor total del crédito solicitado.
- Plazos. A elegir hasta 36 meses.
- Tasa: fija durante todo el plazo (una de las más bajas del mercado)
- Montos: hasta 3,400.000.00 pesos.

Comisión de apertura del 1% del monto del crédito solicitado.

Para Activo Fijo:

- Garantía: el bien adquirido y un obligado solidario en proporción de 1 a 1, es decir, el patrimonio (bienes inmuebles libres de gravamen) del obligado solidario deben ser iguales al valor total del crédito solicitado.
- Plazos. A elegir hasta 60 meses.
- Tasa: fija durante todo el plazo (una de las más bajas del mercado)
- Montos: hasta 3,400.000.00 pesos.
- Máximo a financiar: hasta el 80% del valor del activo fijo.

Comisión de apertura del 1% del monto del crédito solicitado.

Requisitos.

Para Personas Morales o Personas Físicas con Actividad Empresarial:

- En caso de Personas Morales contar, con un obligado solidario, preferentemente deberá ser el principal accionista del negocio, el cual debe contar con bienes inmuebles (libres de gravamen) y un adecuado historial en el Buro de Crédito.
- Presentar la siguiente documentación en original y copia:

1.- Identificación.

- Identificación oficial vigente del representante legal y apoderados.
- Comprobante de domicilio reciente de la empresa (domicilio fiscal).
- Alta ante la SHCP.
- Cedula de identificación fiscal.

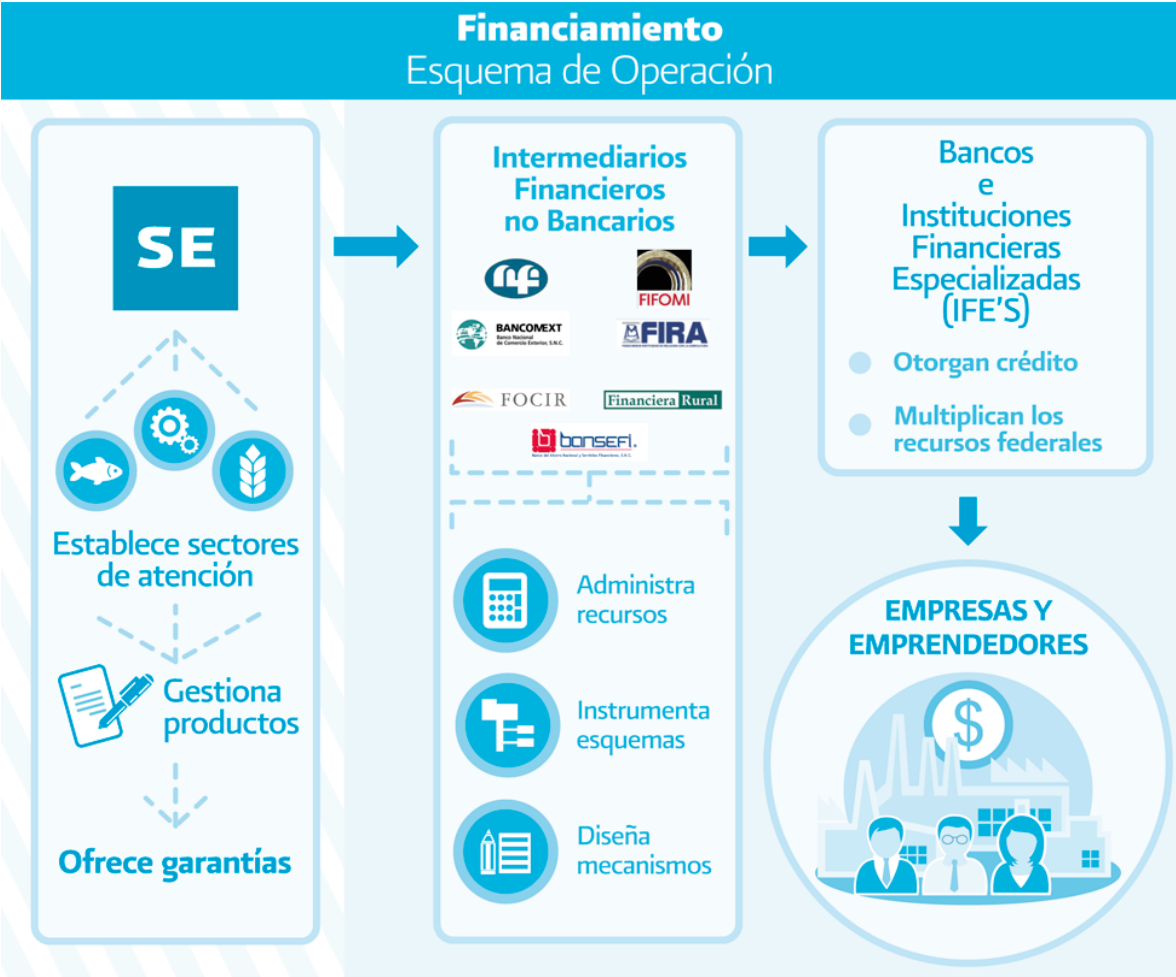
2.-Información financiera.

- Para empresas de reciente creación, descripción del proyecto a financiar (mercado, monto de inversión), plan de negocios, estados financieros proyectados y en su caso, contratos vigentes.

3.-Informacion legal.

- Escritura constitutiva y estatutos sociales actualizados con datos del R.P.P (Registro Público de la propiedad).
- Escritura de otorgamiento de poderes con datos del R.P.P.
- Reporte del Buro de Crédito reciente.

Figura 3.23 Esquema de operación de financiamiento a pymes de la Secretaria de Economía.



Fuente: Cita de página de internet: (<http://www.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas/pequena-empresa?lang=es>) Fecha de consulta 20 /Enero/ 2012.

La fuente de financiamiento a utilizar es un crédito de \$ 100,000 para capital de trabajo, con una tasa de interés del 9.75% anual, en un periodo de 24 meses y se deberá pagar una comisión de \$ 1,000 al inicio del plazo.

3.5.7. Amortización.

Blumen al solicitar el crédito debe determinar el monto a pagar durante 24 meses a una tasa de interés del 9.75% anual por lo que a continuación se desarrolla el pago a través de la siguiente fórmula.

$$R = \frac{C1}{1 - (1 + i)^{-n}}$$

Se debe pagar \$ \$4.602,96 mensualmente para que la deuda se pueda extinguir gradualmente. La siguiente tabla muestra a detalle desde el primer mes hasta el mes 24, tiempo donde la deuda queda saldada.

Tabla 3.36 Tabla de amortización del crédito.

Mes	Amortización	Capital	Interés	Pago mensual	Intereses acumulados
	\$ 100.000,00				
1	\$96.209,54	\$3.790,46	\$812,50	44.602,96	\$812,50
2	\$92.388,28	\$3.821,26	\$781,70	44.602,96	\$1.594,20
3	\$88.535,97	\$3.852,31	\$750,65	\$4.602,96	\$2.344,86
4	\$84.652,36	\$3.883,61	\$719,35	\$4.602,96	\$3.064,21
5	\$80.737,20	\$3.915,16	\$687,80	\$4.602,96	\$3.752,01
6	\$76.790,23	\$3.946,97	\$655,99	\$4.602,96	\$4.408,00
7	\$72.811,19	\$3.979,04	\$623,92	\$4.602,96	\$5.031,92
8	\$68.799,81	\$4.011,37	\$591,59	\$4.602,96	\$5.623,51
9	\$64.755,85	\$4.043,96	\$559,00	\$4.602,96	\$6.182,51
10	\$60.679,03	\$4.076,82	\$526,14	\$4.602,96	\$6.708,65
11	\$56.569,08	\$4.109,95	\$493,02	\$4.602,96	\$7.201,67
12	\$52.425,75	\$4.143,34	\$459,62	\$4.602,96	\$7.661,29
13	\$48.248,74	\$4.177,00	\$425,96	\$4.602,96	\$8.087,25
14	\$44.037,80	\$4.210,94	\$392,02	\$4.602,96	\$8.479,27
15	\$39.792,65	\$4.245,16	\$357,81	\$4.602,96	\$8.837,08

16	\$35.513,00	\$4.279,65	\$323,32	\$4.602,96	\$9.160,40
17	\$31.198,58	\$4.314,42	\$288,54	\$4.602,96	\$9.448,94
18	\$26.849,10	\$4.349,47	\$253,49	\$4.602,96	\$9.702,43
19	\$22.464,29	\$4.384,81	\$218,15	\$4.602,96	\$9.920,58
20	\$18.043,85	\$4.420,44	\$182,52	\$4.602,96	\$10.103,10
21	\$13.587,49	\$4.456,36	\$146,61	\$4.602,96	\$10.249,71
22	\$9.094,93	\$4.492,56	\$110,40	\$4.602,96	\$10.360,10
23	\$4.565,86	\$4.529,07	\$73,90	\$4.602,96	\$10.434,00
24	(0,00)	\$4.565,86	\$37,10	\$4.602,96	\$10.471,10
		\$100.000,00	\$10.471,10	\$110.471,10	\$169.639,32

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio financiero.

3.5.8. Depreciación.

Blumen contara con activos fijos que son los bienes tangibles utilizados para realizar las operaciones de la empresa; en el transcurso del tiempo de estos bienes hacen que su valor disminuya, es decir, que se deprecien. Para calcular la depreciación del activo se debe considerar el costo original o inicial (v_0), su valor calculado de salvamento o rescate (v_s) y el número de años de vida del activo(n); representando en la siguiente fórmula:

$$DI = \frac{v_0 - v_s}{n}$$

Tabla3.37 Tabla de depreciación lineal.

ACTIVO	VALOR INICIAL	TASA	AÑOS DE VIDA	VALOR DE RESCATE	DEPRECIACIÓN LINEAL ANUAL
Cooler	\$ 1.900,00	8%	12	10%	\$ 152.00
Camioneta de reparto	\$80.000,00	10%	9	10%	\$ 8,000.00

con cooler					
Computadora de escritorio	\$ 5.500,00	9%	9	15%	\$ 495,00
Impresora	\$ 500,00	10%	7	30%	\$ 50,00
Equipo de oficina	\$ 7.576,00	5%	16	18%	\$ 517,69
TOTAL	\$95.476,00				\$ 9,214.69

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio financiero.

Notas aclaratorias: -La tasa es el porcentaje máximo de depreciación autorizado por la Ley de Impuesto sobre la renta, artículo 40, fracción XV LISR 2012 (Vease anexo I)

La suma de la depreciación de todos los activos será el monto anual que Blumen depreciara por ellos, desde el primer año hasta el año 15.

Tabla 3.38 Monto de la depreciación anual.

DEPRECIACIÓN ANUAL						
Año.	Cooler.	Camioneta de reparto con cooler.	Computadora de escritorio.	Impresora	Equipo de oficina.	Total anual.
1	\$152,00	\$ 8.000,00	\$ 495,00	\$ 50,00	\$ 517,69	\$ 9.214,69
2	\$152,00	\$ 8.000,00	\$ 495,00	\$ 50,00	\$ 517,69	\$ 9.214,69
3	\$152,00	\$ 8.000,00	\$ 495,00	\$ 50,00	\$ 517,69	\$ 9.214,69
4	\$152,00	\$ 8.000,00	\$ 495,00	\$ 50,00	\$ 517,69	\$ 9.214,69
5	\$152,00	\$ 8.000,00	\$ 495,00	\$ 50,00	\$ 517,69	\$ 9.214,69
6	\$152,00	\$ 8.000,00	\$ 495,00	\$ 50,00	\$ 517,69	\$ 9.214,69
7	\$152,00	\$ 8.000,00	\$ 495,00	\$ 50,00	\$ 517,69	\$ 9.214,69
8	\$152,00	\$ 8.000,00	\$ 495,00		\$ 517,69	\$ 9.164,69

9	\$152,00	\$ 8.000,00	\$ 495,00	-	\$ 517,69	\$ 9.164,69
10	\$152,00			-	\$ 517,69	\$ 669,69
11	\$152,00		-	-	\$ 517,69	\$ 669,69
12		-	-	-	\$ 517,69	\$ 517,69
13		-	-	-		\$ -
14		-	-	-		\$ -
15		-	-	-		\$ -
16		-	-	-		\$ -

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio financiero.

3.5.9. Flujo de caja.

El flujo de caja es un estado de cuenta básico que resume las entradas y salidas de efectivo a lo largo del tiempo, a continuación se determinarán los ingresos y egresos que tendrá Blumen durante cinco años.

Tabla 3.39. Flujo de efectivo.

FLUJO DE CAJA					
AÑO	1	2	3	4	5
	2012	2013	2014	2015	2016
INGRESOS					
Monto inicial	\$ 312.000,00		\$ -	\$ -	\$ -
Ventas	\$1.243.406,00	\$ 1.305.576,30	\$ 1.370.855,12	\$ 1.439.397,87	\$ 1.511.367,76
TOTAL INGRESOS	\$ 1.243.406,00	\$ 1.305.576,30	\$ 1.370.855,12	\$ 1.439.397,87	\$ 1.511.367,76
EGRESOS					
Materia Prima	\$ 604.410,00	\$ 634.630,50	\$ 666.362,03	\$ 699.680,13	\$ 734.664,13

Sueldos y salarios	\$ 270.000,00	\$ 270.000,00	\$ 270.000,00	\$ 270.000,00	\$ 270.000,00
Renta	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00
Luz	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
Agua	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Teléfono	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Papelería	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Gasolina	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00
Seguro	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Promoción y publicidad	\$ 20.000,00	\$ 15.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00
Amortización	\$ 55.235,55	\$ 55.235,55	\$ -	\$ -	\$ -
Comisión (1.5%)	\$ 1.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación	\$ 9.214,69	\$ 9.214,69	\$ 9.214,69	\$ 9.214,69	\$ 9.214,69
TOTAL DE EGRESOS	\$1.136.860,24	\$ 1.161.080,74	\$ 1.131.576,72	\$ 1.164.894,82	\$ 1.199.878,82
Utilidad antes de impuestos	\$ 106.545,76	\$ 144.495,56	\$ 239.278,40	\$ 274.503,05	\$ 311.488,94
PTU	\$ -	\$ 14.449,56	\$ 23.927,84	\$ 27.450,31	\$ 31.148,89
Impuestos (28%)	\$ 29.832,81	\$ 40.458,76	\$ 66.997,95	\$ 76.860,86	\$ 87.216,90
IETU (17,5%)	\$ 18.645,51	\$ 25.286,72	\$ 41.873,72	\$ 48.038,03	\$ 54.510,56
Deducciones	\$ 5.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
TOTAL IMPUESTOS	\$ 24.832,81	\$ 29.908,31	\$ 65.925,79	\$ 79.311,16	\$ 93.365,80
FLUJO NETO DE EFECTIVO (FNE)	\$ 81.712,95	\$ 114.587,25	\$ 173.352,61	\$ 195.191,89	\$ 218.123,14

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio financiero.

3.5.10. Gastos.

Gastos de administración necesarios para dirigir y operar la empresa. Se incluye el salario del gerente, así como los gastos de oficina.

Tabla 3.40. Gastos administrativos.

Gastos administrativos					
	2012	2013	2014	2015	2016
Sueldos	\$90.000,00	\$90.000,00	\$90.000,00	\$90.000,00	\$90.000,00
Teléfono	\$15.000,00	\$15.000,00	\$15.000,00	\$15.000,00	\$15.000,00
Agua	\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00
Depreciación	\$1.062,69	\$1.062,69	\$1.062,69	\$ 1.062,69	\$ 1.062,69
Papelería	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Total	\$118.062,69	\$118.062,69	\$118.062,69	\$118.062,69	\$118.062,69

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio financiero.

Gastos de venta y distribución son los que resultan de la distribución y comercialización de los productos, entre los que destacan: sueldos de floristas y chofer, gasolina, mantenimiento, gastos de publicidad y promoción.

Tabla 3.41. Gastos de venta y distribución.

Gastos de venta y distribución					
	2012	2013	2014	2015	2016
Sueldos y salarios	\$180.000,00	\$180.000,00	\$180.000,00	\$180.000,00	\$180.000,00
Renta	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00
Publicidad y promoción	\$20.000,00	\$15.000,00	\$9.000,00	\$9.000,00	\$9.000,00
Depreciación	\$8.152,00	\$8.152,00	\$8.152,00	\$8.152,00	\$8.152,00
Luz	\$25.000,00	\$25.000,00	\$25.000,00	\$25.000,00	\$25.000,00
Seguro	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00
Gasolina	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00

Total	\$358.152,00	\$353.152,00	\$347.152,00	\$347.152,00	\$347.152,00
-------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio financiero.

3.5.11 Estado de resultados proyectado.

Tabla 3.42. Estado de Resultados Proyectados.

Estado de resultados proyectados					
Estado de resultados	2012	2013	2014	2015	2016
Ventas	\$1.243.406,00	\$1.305.576,30	\$1.370.855,12	\$1.439.397,87	\$1.511.367,76
-Costo de materia prima	\$ 604.410,00	\$ 634.630,50	\$ 666.362,03	\$ 699.680,13	\$ 734.664,13
Utilidad Bruta	\$ 638.996,00	\$ 670.945,80	\$ 704.493,09	\$ 739.717,74	\$ 776.703,63
- Gastos de administración	\$ 118.062,69	\$ 118.062,69	\$ 118.062,69	\$ 118.062,69	\$ 118.062,69
-Gastos de venta	\$ 358.152,00	\$ 353.152,00	\$ 347.152,00	\$ 347.152,00	\$ 347.152,00
Utilidad en operación	\$ 162.781,31	\$ 199.731,11	\$ 239.278,40	\$ 274.503,05	\$ 311.488,94
+ Productos financieros	\$ 312.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
-Gastos financieros	\$ 368.235,55	\$ 55.235,55	\$ -	\$ -	\$ -
+Otros Productos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad antes de Impuestos	\$ 106.545,76	\$ 144.495,56	\$ 239.278,40	\$ 274.503,05	\$ 311.488,94
- *ISR,IETU, PTU	\$ 24.832,81	\$ 29.908,31	\$ 65.925,79	\$ 79.311,16	\$ 93.365,80
Resultado del ejercicio	\$ 81.712,95	\$ 114.587,25	\$ 173.352,61	\$ 195.191,89	\$ 218.123,14

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio financiero.

*Notas aclaratorias: -Las tasas aplicables del LISR 2012, IETU y PTU, además de los artículos de la LFT están recopilados en el anexo I)

3.5.12 Balance general proyectado.

Tabla 3.43. Balance general proyectado del año 2012.

Blumen S.A DE C.V.			
Balance general al 31 de Diciembre 2012			
CIRCULANTE		PASIVO	
Caja	\$ 25.400,89	Proveedores	\$ -
Almacén de materia prima	\$ 60.000,00	Crédito	\$ 55.235,55
Bancos	\$ 90.000,00	Impuestos por pagar	\$ 47.213,70
Total	<u>\$ 175.400,89</u>	Total	<u>\$ 102.449,25</u>
FIJOS			
Cooler	\$ 1.900,00		
Dep 8%	\$ 152,00		
Camioneta de reparto	\$ 80.000,00		
Dep 10%	\$ 8.000,00		
Computadora de escritorio	\$ 5.500,00		
Dep 10%	\$ 495,00		
Impresora	\$ 500,00	CAPITAL	
Dep 10%	\$ 50,00	Capital social	\$ 100.000,00
Equipo de oficina	\$ 7.576,00	Utilidad del ejercicio	\$ 81.712,95
Dep 5%	\$ 517,69		
Rentas pagadas por adelantado	\$ 15.000,00	Total	<u>\$ 181.712,95</u>
Total	<u>\$ 95.761,31</u>		
DIFERIDOS			
Seguros	\$ 5.000,00		
Licencias y permisos	\$ 8.000,00		
Total	<u>\$ 13.000,00</u>		
TOTAL ACTIVO	<u>\$ 284.162,20</u>	TOTAL P + C	<u>\$ 284.162,20</u>

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio financiero.

Tabla 3.44. Balance general proyectado del año 2013.

Blumen S.A DE C.V.			
Balance general al 31 de Diciembre 2013			
CIRCULANTE		PASIVO	
Caja	\$ 20.000,00	Proveedores	\$ -
Almacén de materia prima	\$ 80.000,00	Crédito	\$ -
Bancos	\$ 152.398,94	<u>Impuestos por pagar</u>	<u>\$ 29.908,31</u>
Total	<u>\$ 252.398,94</u>	<u>Total</u>	<u>\$ 29.908,31</u>
FIJOS		-	-
Cooler	\$ 1.748,00	-	-
Dep 8%	\$ 152,00	-	-
Camioneta de reparto	\$ 72.000,00	-	-
Dep 10%	\$ 8.000,00	-	-
Computadora de escritorio	\$ 5.055,00	-	-
Dep 10%	\$ 495,00	-	-
Impresora	\$ 450,00	<u>CAPITAL</u>	-
Dep 10%	\$ 50,00	<u>Utilidad acumulada</u>	<u>\$ 90.000,00</u>
Equipo de oficina	\$ 7.058,31	<u>Capital social</u>	<u>\$ 100.000,00</u>
Dep 5%	\$ 517,69	<u>Utilidad del ejercicio</u>	<u>\$ 114.587,25</u>
Rentas pagadas por adelantado	\$ 30.000,00	<u>Total</u>	<u>\$ 304.587,25</u>
Total	<u>\$ 77.096,62</u>		
DIFERIDOS			
Seguros	\$ 5.000,00		
Total	<u>\$ 5.000,00</u>		
TOTAL ACTIVO	<u>\$ 334.495,56</u>	TOTAL P + C	<u>\$ 334.495,56</u>

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio financiero.

Tabla 3.45. Balance general proyectado del año 2014.

Blumen S.A DE C.V.			
Balance general al 31 de Diciembre 2014			
CIRCULANTE		PASIVO	
Caja	\$ 15.000,00	Proveedores	\$ -
Almacén de materia prima	\$ 50.000,00	Impuestos por pagar	\$ 65.925,79
Bancos	\$ 176.255,99	Total	<u>\$ 65.925,79</u>
Total	<u>\$ 241.255,99</u>		-
FIJOS			
Cooler	\$ 1.596,00		
Dep 8%	\$ 152,00		
Camioneta de reparto	\$ 64.000,00		
Dep 10%	\$ 8.000,00		
Computadora de escritorio	\$ 4.560,00		
Dep 10%	\$ 495,00		
Impresora	\$ 400,00	CAPITAL	
Dep 10%	\$ 50,00	Utilidad acumulada	\$ 50.000,00
Equipo de oficina	\$ 6.540,62	Capital social	\$ 100.000,00
Dep 5%	\$ 517,69	Utilidad del ejercicio	\$ 173.352,61
Rentas pagadas por adelantado	\$ 30.000,00	Total	<u>\$ 323.352,61</u>
Total	<u>\$ 77.096,62</u>		
DIFERIDOS			
Seguros	\$ 5.000,00		
Total	<u>\$ 5.000,00</u>		
TOTAL ACTIVO	<u>\$ 323.352,61</u>	TOTAL P + C	<u>\$ 323.352,61</u>

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio financiero.

Tabla 3.46 Balance general proyectado del año 2015.

Blumen S.A DE C.V.			
Balance general al 31 de Diciembre 2015			
CIRCULANTE		PASIVO	
Caja	\$ 36.839,29	Proveedores	\$ -
Almacén de materia prima	\$ 50.000,00	Impuestos por pagar	\$ 65.925,79
Bancos	\$ 176.255,99	Total	<u>\$ 65.925,79</u>
Total	<u>\$ 263.095,27</u>		-
FIJOS			
Cooler	\$ 1.444,00		
Dep 8%	\$ 152,00		
Camioneta de reparto	\$ 56.000,00		
Dep 10%	\$ 8.000,00		
Computadora de escritorio	\$ 4.065,00		
Dep 10%	\$ 495,00		
Impresora	\$ 350,00	CAPITAL	
Dep 10%	\$ 50,00	Utilidad acumulada	\$ 50.000,00
Equipo de oficina	\$ 6.022,93	Capital social	\$ 100.000,00
Dep 5%	\$ 517,69	Utilidad del ejercicio	\$ 195.191,89
Rentas pagadas por adelantado	\$ 15.000,00	Total	<u>\$ 345.191,89</u>
Total	<u>\$ 77.096,62</u>		
DIFERIDOS			
Seguros	\$ 5.000,00		
Total	<u>\$ 5.000,00</u>		
TOTAL ACTIVO	<u>\$ 345.191,89</u>	TOTAL P + C	<u>\$ 345.191,89</u>

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio financiero.

Tabla 3.47 Balance general proyectado del año 2016.

Blumen S.A DE C.V.			
Balance general al 31 de Diciembre 2016			
CIRCULANTE		PASIVO	
Caja	\$ 111.297,05	Proveedores	\$ -
Almacén de materia prima	\$ 50.000,00	Impuestos por pagar	\$ 93.365,80
Bancos	\$ 213.095,27	Total	<u>\$ 93.365,80</u>
Total	<u>\$ 374.392,32</u>		-
FIJOS			
Cooler	\$ 1.292,00		
Dep 8%	\$ 152,00		
Camioneta de reparto	\$ 48.000,00		
Dep 10%	\$ 8.000,00		
Computadora de escritorio	\$ 3.570,00		
Dep 10%	\$ 495,00		
Impresora	\$ 300,00	CAPITAL	
Dep 10%	\$ 50,00	Utilidad acumulada	\$ 45.000,00
Equipo de oficina	\$ 5.505,24	Capital social	\$ 100.000,00
Dep 5%	\$ 517,69	Utilidad del ejercicio	\$ 218.123,14
Rentas pagadas por adelantado	\$ 15.000,00	Total	<u>\$ 363.123,14</u>
Total	<u>\$ 77.096,62</u>		
DIFERIDOS			
Seguros	\$ 5.000,00		
Total	<u>\$ 5.000,00</u>		
TOTAL ACTIVO	<u>\$ 456.488,94</u>	TOTAL P + C	<u>\$ 456.488,94</u>

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio financiero.

3.5.13 Técnicas de evaluación financiera.

La evaluación financiera del proyecto Blumen se realizará tomando en cuenta 4 indicadores que definirán el curso de acción económico:

1. Periodo de recuperación (PRI).
2. Valor presente neto (VPN).
3. Tasa interna de rendimiento (TIR).
4. Punto de equilibrio.

1.-Periodo de recuperación.

Este indicador se calcula mediante un acumulado es decir, se suman los flujos netos de efectivo desde el año uno hasta el último periodo que se considera para la inversión y, consecuentemente, “el año en que la suma de los flujos de efectivo igualen a la inversión es el número de años que se necesitan para recuperar la inversión”²⁵.

Este tipo de método es considerado poco objetivo, por no considerar el valor del dinero en el tiempo, es decir como el dinero pierde el poder adquisitivo a lo largo del tiempo no garantiza que realmente la empresa obtenga utilidades en el futuro; sin embargo sirve para comparar proyectos de vidas económicas iguales o tener una noción del tiempo de recuperación.

Para conocer el año exacto en el que se recupera la inversión de \$312,000.00 se debe descontar el valor del flujo neto de efectivo calculado por cada año, hasta que se liquide la inversión. La siguiente tabla muestra que en el año tres la inversión se alcanza y se empiezan a obtener utilidades.

²⁵ Morales Castro, José y Morales Arturo. Proyectos de inversión en la práctica formulación y evaluación, México, Gasca Sicco 1ª edición, 2003, pág. 268.

Tabla 3.48 Periodo de recuperación.

AÑO	FNE	ACUMULADO	INVERSIÓN MENOS FLUJOS
0			\$ 312.000,00
1	\$ 81.712,95	\$ 81.712,95	\$ 230.287,05
2	\$ 14.587,25	\$ 196.300,20	\$ 33.986,86
3	\$ 173.352,61	\$ 369.652,80	-\$ 335.665,95

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio financiero.

2.- Valor presente neto.

Este indicador consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivos futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando el resultado es positivo, representa el importe de dinero que se obtiene como ganancia adicional después de haber recuperado la inversión y la tasa mínima de rendimiento por lo cual altamente recomendable que el proyecto sea aceptado.

La inversión inicial neta es de \$ 312,000.00 con un horizonte de tiempo de cinco años, una tasa mínima aceptable requerida del 19.75% (se utilizara esta tasa por ser la suma equivalente del costo de capital y el riesgo del proyecto y un valor de salvamento de \$100,000.00 de la inversión). Con los datos anteriores se realiza la siguiente formula, que se aplica cuando los flujos de efectivos no son iguales.

$$VPN = \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^n} - \left(INN - \frac{VS}{(1+i)^n} \right)$$

Tabla 3.49 Valor presente neto.

Años	FNE	Inversión inicial	\$312.000,00
1	\$81.712,95	Horizonte de tiempo	5 años
2	\$114.587,25	Costo de capital de la inversión	9,75%
3	\$173.352,61	Tasa de rendimiento del inversionista	10%
4	\$195.191,89	Tasa total (Costo de capital + tasa del inversionista)	19,75%
5	\$218.123,14	Valor de salvamento	\$100.000,00

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio financiero.

$$VPN = \$ 432,590.82 - \left(\$312,000.00 - \frac{\$ 100,000.00}{(1.1975)^5} \right)$$

$$VPN = \$ 432,590.82 - \$ 271,390.99$$

$$VPN = \$ 161,199.82.$$

El valor presente neto es de \$ 161,199.82. que es la diferencia entre la inversión inicial y la suma de los flujos netos de efectivo a lo largo del tiempo; por ser un valor positivo y mayor a la inversión inicial se puede aceptar el proyecto.

3.- Tasa interna de rendimiento.

La tasa interna de rendimiento (TIR) “es la tasa de descuento a la que el valor actual neto de una inversión arroja un resultado de cero”²⁶. Esta tasa debe ser mayor a la tasa mínima de rendimiento exigida al proyecto (19.75%). una segunda interpretación permite decir que en términos generales la TIR es la tasa máxima de rendimiento o descuento que produce una alternativa de inversión.

²⁶ Morales Castro, José y Morales Arturo. Proyectos de inversión en la práctica formulación y evaluación, México, Gasca Sicco 1ª edición, 2003, pág. 283.

Tabla 3.50. Valor para la TIR.

Inversión inicial	\$312.000,00
Horizonte de tiempo	5 años
Costo de capital de la inversión	9,75%
Tasa de rendimiento del inversionista	10%
Tasa total (Costo de capital + tasa del inversionista)	19,75%

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio financiero.

Tabla 3.51. Calculo de la TIR.

Inversión inicial	-\$312.000,00
FNE del primer año	\$ 81.712,95
FNE del segundo año	\$ 114.587,25
FNE del tercer año	\$ 73.352,61
FNE del cuarto año	\$ 95.191,89
FNE del quinto año	\$ 18.123,14
TIR	33,4%

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio financiero.

Después de realizar los cálculos de la TIR encontramos que equivale a una tasa del 33.4%. Por lo que la tasa mínima de rendimiento del 19.75% es menor a la TIR, siendo Blumen un proyecto factible para su realización.

4.- Punto de equilibrio.

Para conocer el monto de las ventas, porcentaje y/o arreglos y flores necesarias para cubrir la totalidad de los costos, en donde “Blumen” logra recuperarlos sin obtener utilidades, se le conoce como punto de equilibrio, para lo cual se deben contemplar los costos fijos y variables.

Tabla 3.52. Costos de Blumen.

COSTOS FIJOS		COSTOS VARIABLES	
Sueldos	\$ 90.000,00	Materia Prima	\$604.410,00
Sueldos y salarios	\$180.000,00	Luz	\$25.000,00
Teléfono	\$ 15.000,00	Gasolina	\$60.000,00
Agua	\$ 10.000,00	Promoción y publicidad	\$20.000,00
Renta	\$ 60.000,00		
Papelería	\$ 2.000,00		
Renta	\$ 60.000,00		
TOTAL	\$417.000,00	TOTAL	\$709.410,00

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio financiero.

Obteniendo el punto de equilibrio en ventas:

$$PE \$ = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas totales}}} = \$ 970,981.62 \text{ ventas}$$

Punto de equilibrio en porcentaje:

$$PE \% = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables}} = 78.09 \%$$

Punto de equilibrio en unidades vendidas:

$$PE_u = \frac{\text{Costos fijos} \times \text{Unidades producidas}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables}} = 5,886 \text{ productos anuales.}$$

Por lo anterior se puede concluir que el punto en donde no existen pérdidas ni ganancias es al tener una venta anual de \$ 970,981.62 que son 5,886 productos y representa el 78.09 %, es decir, el 21.91 % restante será la utilidad que obtiene la empresa en el primer año.

Matriz de evaluación.

En la siguiente tabla enunciamos las observaciones generales de cada una de los indicadores de evaluación para el proyecto Blumen.

Tabla 3.53. Matriz de indicadores de evaluación.

INDICADOR	VALOR	OBSERVACIONES
PRI	El tercer año	Para conocer el año exacto en el que se recupera la inversión inicial de \$312,000.00 se descontaron los valores de flujo netos de efectivo para cada año, hasta que se liquidó dicha inversión teniendo como resultado que en el año tres del horizonte, la inversión se alcanza y se empiezan a obtener utilidades.
VPN	\$161,199.82.	La diferencia entre la inversión inicial y la suma de los flujos netos de efectivo a lo largo del tiempo es un valor positivo y mayor que cero, por lo cual después de recuperar la inversión se obtiene una ganancia y es recomendable aceptar el proyecto.
TIR	33.4 %	La TIR supera en conjunto a la tasa mínima de rendimiento del 19.75% definida para el proyecto y la tasa de referencia CETES a 28 días Tasa 4.27% (Tomado de Banxico al día 21/02/2012). Siendo Blumen un proyecto factible para su realización.
Punto de equilibrio		El punto donde no existen pérdidas ni ganancias, se logra al tener ventas anuales por \$ 970,981.62 que están conformadas por 5,886 productos y representan el 78.09 % de las ventas, es decir, el 21.91 % restante será la utilidad que obtiene la empresa en el primer año.
Ventas	\$ 970,981,62	
Porcentaje	78,09%	
Productos	5,866	

Fuente: Elaboración propia, con datos del estudio Financiero.

ANEXO I. Leyes y reglamentos.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

Art.123 “Toda persona tiene derecho al trabajo digno y socialmente útil; al efecto, se promoverá la creación de empleos y la organización social para el trabajo, conforme a la Ley.

El Congreso de la Unión, sin contravenir a las bases siguientes deberá expedir leyes sobre el trabajo, las cuales regirán:

A. Entre los obreros, jornaleros, empleados domésticos , artesanos y de una manera general, todo contrato de trabajo :

I. La duración de la jornada máxima será de ocho horas.

II. La jornada máxima de trabajo nocturno será de 7 horas. Quedan prohibidas las labores insalubres o peligrosas, el trabajo industrial y todo otro trabajo después de las diez de la noche.

III. Queda prohibida la utilización del trabajo de los menores de catorce años. Los mayores de esta edad y menores de dieciséis tendrán como jornada máxima la de seis horas.

IV. Por cada seis días de trabajo deberá disfrutar el operario mínimo de un día de descanso.

V. Las mujeres durante el embarazo no realizarán trabajos que exijan un esfuerzo considerable y signifiquen un peligro para su salud en relación con la gestación, gozarán forzosamente de un descanso de seis semanas anteriores a la fecha fijada, aproximadamente para el parto y seis semanas posteriores al mismo, debiendo percibir su salario íntegro y conservar su empleo y los derechos que hubieran adquirido por la relación de trabajo. En el periodo de lactancia tendrán dos descansos extraordinarios por día, de media hora cada uno para alimentar a sus hijos.

VI. Los salarios mínimos que deberán disfrutar los trabajadores serán generales o profesionales. Los primeros regirán en las áreas geográficas que se determinen, los segundos se aplicarán en ramas determinadas de la actividad económica o en profesiones, oficios o trabajos especiales.

Los salarios mínimos generales deberán ser suficientes para satisfacer las necesidades normales de un jefe de familia, en el orden material, social y cultural, y para proveer de educación la educación obligatoria de los hijos. Los salarios mínimos profesionales se fijarán considerando, además, las condiciones de las distintas actividades económicas.

Los salarios mínimos se fijarán por una comisión nacional integrada por representantes de los trabajadores, de los patrones y del gobierno, la que podrá auxiliarse de las comisiones especiales de carácter consultivo que considere indispensables para el mejor desempeño de sus funciones.

VII. Para el trabajo igual debe corresponder salario igual, sin tener en cuenta sexo, ni nacionalidad.

VIII. El salario mínimo quedará exceptuado de embargo, compensación o descuento.

IX. Los trabajadores tendrán derecho a una participación en las utilidades de las empresas.

X. El salario deberá pagarse precisamente en moneda en curso legal, no siendo permitido hacerlo efectivo con mercancías, ni con vales, fichas o cualquier otro signo representativo con que se pretenda substituir la moneda.

XI. Cuando, por circunstancias extraordinarias deban aumentarse las horas de jornada, se abonará como salario por el tiempo excedente un 100% más de los fijado para las horas normales. En ningún caso el trabajador extraordinario podrá exceder de tres horas diarias, ni de tres veces consecutivas. Los menores de dieciséis años no serán admitidos en esta clase de trabajos.

XII. Toda empresa agrícola, industrial, minera o de cualquier otra clase de trabajo, estará obligada, según lo determinen las leyes reglamentarias a proporcionar a los trabajadores habitaciones cómodas e higiénicas. Esta obligación se cumplirá mediante las aportaciones que las empresas hagan a un fondo nacional de la vivienda a fin de constituir depósitos a favor de sus trabajadores y establecer un sistema de financiamiento que permita otorgar a éstos crédito barato y suficiente para que adquieran en propiedad tales habitaciones.

Se considera de utilidad social la expedición de una ley para la creación de un organismo integrado por representantes del Gobierno Federal, de los trabajadores y patrones, que administren los recursos del fondo nacional de la vivienda. Dicha ley regulará las formas y procedimientos conforme a los cuales los trabajadores podrán adquirir en propiedad las habitaciones antes mencionadas.

Las negociaciones a las que se refieren el párrafo primero de esta fracción, situada s fuera de las poblaciones, están obligadas a establecer escuelas, enfermerías y demás servicios necesarios en la comunidad.

Además, en estos mismos centros de trabajo, cuando su población exceda de doscientos habitantes, deberá reservarse un espacio de terreno, que no será menor de cinco mil metros cuadrados, para el establecimiento de mercados

públicos, instalación de edificios destinados a los servicios municipales y centros recreativos.

Queda prohibido en todo centro de trabajo el establecimiento de expendios de bebidas embriagantes y de casas de juegos de azar.

XIII. Las empresas, cualquier que sea su actividad, estarán obligadas a proporcionar a sus trabajadores, capacitación o adiestramiento para el trabajo. La ley reglamentaria determinará los sistemas, métodos y procedimientos conforme a los cuales los patrones deberán cumplir con dicha obligación.

XIV. Los empresarios serán responsables de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales de los trabajadores, sufridas con motivo o en ejercicio de la profesión o trabajo que ejecuten; por lo tanto, los patrones deberán pagar la indemnización correspondiente, según que haya traído como consecuencia la muerte o simplemente incapacidad temporal o permanente para trabajar, de acuerdo con lo que las leyes determinen. Esta responsabilidad subsistirá aun en el caso de que el patrono contrate el trabajo por un intermediario;

XV. El patrón estará obligado a observar, de acuerdo con la naturaleza de sus negociación, los preceptos legales sobre higiene y seguridad en las instalaciones de su establecimiento, y a adoptar las medidas adecuadas para prevenir accidentes en el uso de las máquinas, instrumentos y materiales de trabajo, así como a organizar de tal manera éste, que resulte la mayor garantía para la salud y la vida de los trabajadores, y del producto de la concepción, cuando se trate de mujeres embarazadas. Las leyes contendrán, al efecto, las sanciones procedentes en cada caso;

XVI. Tanto los obreros como los empresarios tendrán derecho para coaligarse en defensa de sus respectivos intereses, formando sindicatos, asociaciones profesionales, etc.

XVII. Las leyes reconocerán como un derecho de los obreros y de los patrones las huelgas y los paros.

XVIII. Las huelgas serán ilícitas cuando tengan por objeto conseguir el equilibrio entre los diversos factores de la producción, armonizando los derechos del trabajo con los del capital. En los servicios públicos será obligatorio para los trabajadores dar aviso don diez días de anticipación, a la Junta de Conciliación y Arbitraje, de la fecha señalada para la suspensión de trabajo. Las huelgas serán consideradas como ilícitas únicamente cuando la mayoría de los huelguistas ejerciera actos violentos contra las personas o las propiedades, o en caso de guerra, cuando aquellos pertenezcan a los establecimientos y servicios que dependen del Gobierno.

XIX. Los paros serán ilícitos únicamente cuando el exceso de producción haga necesario suspender el trabajo para mantener los precios en un límite costeable, previa aprobación de la Junta de Conciliación y Arbitraje.

XX. Las diferencias o los conflictos entre el capital y el trabajo, se sujetarán a las decisiones de una Junta de Conciliación y Arbitraje, formada por igual número de representantes de los obreros y de los patronos, y uno del Gobierno.

XXI. Si el patrón se negase a someter sus diferencias al arbitraje o a aceptar el laudo pronunciado por la Junta, se dará por terminado el contrato de trabajo y quedará obligado a indemnizar al obrero con el importe de tres meses de salario, además de la responsabilidad que le resulte del conflicto. Esta disposición no será aplicable en los casos de las acciones consignadas en la fracción siguiente. Si la negativa fuere de los trabajadores, se dará por terminado el contrato de trabajo.

XXII. El patrón que despida a un obrero sin causa justificada o por haber ingresado a una asociación o sindicato, o por haber tomado parte en una huelga lícita, estará obligado, a elección del trabajador, a cumplir el contrato o a indemnizarlos con el importe de tres meses de salario, cuando se retire del servicio por falta de probidad del patrón o por recibir de él malos tratamientos, ya sea en su persona o en la de su cónyuge, padres, hijos o hermanos. El patrón no podrá eximirse de esta responsabilidad, cuando los malos tratamientos provengan de dependientes o familiares que obre con el consentimiento o tolerancia de él.

XXIII. Los créditos a favor de los trabajadores por salario o sueldos devengados en el último año, y por indemnizaciones, tendrán preferencia sobre cualquier otro en los casos de concurso o quiebra.

XXIV. De las deudas contraídas por los trabajadores a favor de sus patronos, de sus asociados, familiares o dependientes, sólo será responsable el mismo trabajador, y en ningún caso y por ningún motivo se podrá exigir a los miembros de su familia, ni serán exigibles dichas deudas por la cantidad excedente del sueldo del trabajador en un mes.

XXV. El servicio para la colocación de los trabajadores será gratuito para éstos, ya se efectúe por oficinas municipales, bolsas de trabajo o por cualquier otra institución oficial o particular.

En la prestación de este servicio se tomará en cuenta la demanda de trabajo y, en igualdad de condiciones, tendrán prioridad quienes representen la única fuente de ingresos en su familia.

XXVI. Todo contrato de trabajo celebrado entre un mexicano y un empresario extranjero, deberá ser legalizado por la autoridad municipal competente y

visado por el Cónsul de la Nación a donde el trabajador tenga que ir, en el concepto de que además de cláusulas ordinarias, se especificará claramente que los gastos de repatriación quedan a cargo del empresario contratante.

XXVII. Serán condiciones nulas y no obligarán a los contrayentes, aunque se expresen en el contrato:

- a) Las que estipulen una jornada inhumana por lo notoriamente excesiva, dada la índole del trabajo.
- b) Las que fijen un salario que no será remunerador a juicio de la Juntas de Conciliación y Arbitraje.
- c) Las que estipulen un plazo mayor de una semana para la precepción del jornal.
- d) Las que señalen un lugar de recreo, fonda, café, taberna, cantina o tienda para efectuar el pago del salario, cuando no se trate de empleados en esos establecimientos.
- e) Las que entrañen la obligación directa o indirecta de adquirir los artículos de consumo e tiendas o lugares determinados.
- f) Las que permitan retener el salario en concepto de multa.
- g) Las que constituyan renuncia hecha por el obrero de las indemnizaciones a que tenga derecho por accidente de trabajo, y enfermedades profesionales, perjuicios ocasionados por incumplimiento del contrato o por despedírsele de la obra.
- h) Todas las demás especulaciones que impliquen renuncia de algún derecho consagrado a favor del obrero en las leyes de protección y auxilio a los trabajadores.

XXVIII .Las leyes determinarán los bienes que constituyen el patrimonio de la familia, bienes que serán inalienables, no podrán sujetarse a gravámenes reales ni embargos, y serán transmisibles a título de herencia con simplificación de las formalidades de los juicios sucesorios.

XXIX .Es la utilidad pública la Ley del Seguro Social, y ella comprenderá seguro de invalidez, de vejez, de vida, de cesación involuntaria de trabajo, de enfermedades y accidentes, de servicios de guardería y cualquier otro encaminado a la protección y bienestar de los trabajadores, campesinos, no asalariados y otros sectores sociales y sus familiares.

XXX. Asimismo serán consideradas de utilidad sociales, las sociedades cooperativas para la construcción de casas baratas e higiénicas, destinadas a ser adquiridas en propiedad, por los trabajadores en plazos determinados²⁷”.

²⁷Cita de página de internet, www.diputados.gob.mx, Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos 2012.

Ley Federal del Trabajo

Artículo 3º.-“El trabajo es un derecho y un deber social. No es artículo de comercio, exige respeto para las libertades y dignidad de quien lo presta y debe efectuarse en condiciones que aseguren la vida, la salud y un nivel económico decoroso para el trabajador y su familia.

No podrán establecerse distinciones entre los trabajadores por motivo de raza, sexo, edad, credo religioso, doctrina política o condición social.

Asimismo, es de interés social promover y vigilar la capacitación y el adiestramiento de los trabajadores.

Artículo 7º.- En toda empresa o establecimiento, el patrón deberá emplear un noventa por ciento de trabajadores mexicano, por lo menos. En las categorías de técnicos y profesionales, los trabajadores deberán ser mexicanos, salvo que haya una especialidad determinada, en cuyo caso el patrón podrá emplear temporalmente a trabajadores extranjeros, en una proporción que no exceda del diez por ciento de los de la especialidad. El patrón y los trabajadores extranjeros tendrán la obligación solidaria de capacitar a trabajadores mexicanos en la especialidad de que se trate. Los médicos al servicio de las empresas deberán ser mexicanos.

Artículo 8º.- Trabajador es la persona física que presta a otra, física o moral un trabajo subordinado.

Para los efectos de esta disposición, se entiende por trabajo toda actividad humana, intelectual o material, independientemente del grado de preparación técnica requerido por cada profesión u oficio.

Artículo 10.-Patrón es la persona física o moral que utiliza los servicios de uno o varios trabajadores. Si el trabajador, conforme a lo pactado o a la costumbre, utiliza los servicios de otros trabajadores, el patrón de aquél, lo será también de éstos.

Artículo 16. –Para los efectos de las normas de trabajo, se entiende por empresa la unidad económica de producción o distribución de bienes o servicios y por establecimiento la unidad técnica que como sucursal, agencia u otra forma semejante, sea parte integrante y contribuye a la realización de los fines de la empresa.

Artículo 42.- Son causas de suspensión temporal de las obligaciones prestar el servicio y pagar el salario, sin responsabilidad para el trabajador y patrón:

- I. La enfermedad contagiosa del trabajador.
- II. La incapacidad temporal ocasionada por un accidente o enfermedad que no constituya un riesgo de trabajo ;

- III. La prisión preventiva del trabajador seguida de sentencia absolutoria. Si el trabajador obró en defensa de la persona o de los intereses del patrón, tendrá ésta la obligación de pagar salarios que hubiese dejado de percibir aquél.
- IV. El arresto del trabajador ;
- V. El cumplimiento de los servicios y el desempeño de los cargos mencionados en el artículo 5º de la Constitución , y el de las obligaciones consignadas en el artículo 31 , fracción III de la misma Constitución.
- VI. La designación de los trabajadores como representantes ante los organismos estatales, Juntas de Conciliación y Arbitraje, Comisión Nacional de los Salarios Mínimos, Comisión Nacional para la participación de los Trabajadores en las Utilidades de las Empresas y otros semejantes ; y
- VII. La falta de los documentos que exijan las leyes y reglamentos, necesarios para la prestación del servicio, cuando se imputable al trabajador.

Artículo 56.- Las condiciones de trabajo en ningún caso podrán ser inferiores a las fijadas en esta Ley y deberán ser proporcionadas a la importancia de los servicios e iguales para trabajos iguales, sin que puedan establecerse diferencias por motivos de raza, nacionalidad, sexo, edad, credo religioso o doctrina política, salvo las modalidades expresamente consignadas en esta Ley.

Artículo 63.- Durante la jornada de trabajo se concederá al trabajador un descanso de media hora, por lo menos.

Artículo 76.- Los trabajadores que tengan más de un año de servicios disfrutarán de un período anual de vacaciones pagadas, que en ningún caso podrá ser inferior a seis días laborales, y que aumentará en dos días laborales, hasta llegar a doce, por cada año subsecuente de servicios.

Después del cuarto año, el periodo de vacaciones aumentará en dos días por cada cinco de servicios.

Artículo 82.- Salario es la retribución que deben pagar el patrón al trabajador por su trabajo.

Artículo 84.- El salario se integra por los pagos hechos en efectivo por cuota diaria, gratificaciones, percepciones, habitación, primas, comisiones, prestaciones en especie y cualquiera otra cantidad o prestación que se entregue al trabajador por su trabajo.

Artículo 85.- El salario debe ser remunerado y nunca menor al fijado como mínimo de acuerdo con las disposiciones de esta Ley. Para fijar el importe del salario se tomará en consideración la cantidad y calidad del trabajo.

Artículo 87.- Los trabajadores tendrán derecho a un aguinaldo anual que deberá pagarse antes del día veinte de diciembre, equivalente a quince días de salario, por lo menos.

Artículo 177.- Los trabajadores participarán en las utilidades de las empresas, de conformidad con el porcentaje que determine la Comisión Nacional para la participación de los Trabajadores en las Utilidades de las Empresas.

Artículo 132.- Son obligaciones de los patrones:

I. Cumplir las disposiciones de las normas de trabajo aplicables a sus empresas o establecimientos.

II. Pagar a los trabajadores los salarios e indemnizaciones, de conformidad con las normas vigentes de la empresa o establecimiento.

III. Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, debiendo darlos de buena calidad, en buen estado y reponerlos tan luego como dejen de ser eficientes, siempre que aquéllos no se hayan comprometido a usar herramienta propia. El patrón no podrá exigir indemnización alguna por el desgaste natural que sufran los útiles, instrumentos y materiales de trabajo.

IV. Proporcionar local seguro para la guarda de los instrumentos y útiles de trabajo pertenecientes al trabajador, siempre que deban permanecer en el lugar en que prestan los servicios, sin que sea ilícito al patrón retenerlos a título de indemnización, garantía o cualquier otro. El registro de instrumentos o útiles de trabajo deberá hacerse siempre que el trabajador lo solicite.

V. Mantener el número suficiente de asientos o sillas a disposición de los trabajadores en las casa comerciales, oficinas, hoteles, restaurantes y otros centros de trabajo análogos. La misma disposición se observará en los establecimientos industriales cuando lo permita la naturaleza del trabajo.

VI. Guardar a los trabajadores la debida consideración, absteniéndose de maltrato de palabra o de obra.

VII. Expedir cada quince días, a solicitud de los trabajadores, una constancia escrita relativa a sus servicios.

VII. Expedir al trabajador que lo solicite o se separe de la empresa, dentro del término de tres días, una constancia relativa a sus servicios.

IX. Conceder a los trabajadores el tiempo necesario para el ejercicio del voto en las elecciones populares y para el cumplimiento de los servicios de jurados electorales y censales, a que se refiere el artículo 5to. de la Constitución cuando estas actividades deban cumplirse dentro de sus horas de trabajo.

X. Permitir a los trabajadores faltar a su trabajo para desempeñar una comisión accidental o permanente de su sindicato o del Estado, siempre que avisen con la oportunidad debida y que el número de trabajadores comisionados no sea tal que perjudique la buena marcha del establecimiento. El tiempo perdido podrá descontarse al trabajador a no ser que lo compense con un tiempo igual de trabajo efectivo. Cuando la comisión sea de carácter permanente, el trabajador o trabajadores podrán volver al puesto que ocupaban, conservando todos sus derechos, siempre y cuando regresen a su trabajo dentro del término de seis años. Los sustitutos tendrán el carácter de interinos considerándolos como de planta después de seis años.

XI. Poner en conocimiento del sindicato titular del contrato colectivo y de los trabajadores de la categoría inmediata inferior, los puestos de nueva creación, las vacantes definitivas y las temporales que deban cubrirse.

XII. Establecer y sostener las escuelas Artículo 124 Constitucionales, de conformidad con lo que dispongan las leyes y la secretaría de Educación Pública.

XIII. Colaborar con las Autoridades del Trabajo y de Educación, de conformidad con las leyes y reglamentos, a fin de lograr la alfabetización de los trabajadores;

XIV. Hacer por su cuenta, cuando empleen más de cien y menos de mil trabajadores, los gastos indispensables para sostener en forma decorosa los estudios técnicos, industriales o prácticos, en centros especiales, nacionales o extranjeros, de uno de sus trabajadores, o de uno de los hijos de éstos, designados en atención a sus aptitudes, cualidades y dedicación, por los mismos trabajadores y el patrón. Cuando tengan a su servicio más de mil trabajadores deberán sostener tres becarios en las condiciones señaladas. El patrón sólo podrá cancelar la beca cuando sea reprobado el becario en el curso de un año o cuando se observe mala conducta; pero en esos casos será substituido por otro. Los becarios que hayan terminado sus estudios deberán prestar sus servicios al patrón que los hubiese becado, durante un año, por lo menos:

XV. Proporcionar capacitación y adiestramiento a sus trabajadores, en los términos del Capítulo III Bis de este Título.

XVI. Instalar, de acuerdo con los principios de seguridad e higiene, las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares en que deban ejecutarse las labores, para

prevenir riesgos de trabajo y prejuicios al trabajador, así como adoptar las medidas necesarias para evitar que los contaminantes excedan los máximos permitidos en los reglamentos e instructivos que expidan las autoridades competentes .Para estos efectos , deberán modificar en su caso , las instalaciones en términos que señalen las propias autoridades;

XVII. Cumplir las disposiciones de seguridad e higiene que fijen las leyes y los reglamentos para prevenir los accidentes y enfermedades de los centros de trabajo y, en general, en los lugares en que deban efectuarse las labores ; y , disponer en todo tiempo de los medicamentos y materiales de curación indispensables que señalen los instructivos que se expidan para que se preste oportuna y eficazmente los primeros auxilios ; debiendo dar, desde luego, aviso a la autoridad competente de cada accidente que ocurra;

XVIII. Fijar visiblemente y difundir en los lugares donde se preste el trabajo, las disposiciones conducentes de los reglamentos e instructivos de seguridad e higiene.

XIX. Proporcionar a sus trabajadores los medicamentos profilácticos que determine la autoridad sanitaria en los lugares donde existan enfermedades tropicales o endémicas, o cuando exista peligro de epidemia;

XIX. Reservar, cuando la población fija de un centro rural de trabajo exceda de doscientos habitantes, un espacio de terreno no menor de cinco mil metros cuadrados para el establecimiento de mercados públicos , edificios para los servicios municipales y centros recreativos, siempre que dicho centro de trabajo esté a una distancia de cinco kilómetros de la población más próxima ;

XXI. Proporcionar a los sindicatos, si lo solicitan, en los centros rurales de trabajo, un local que se encuentre desocupado para que instalen en sus oficinas, cobrando al renta correspondiente .Si no existe local en las condiciones indicadas, se podrá emplear para ese fin cualquiera de los asignados para alojamiento de los trabajadores.

XXII. Hacer las deducciones que soliciten los sindicatos de las cuotas sindicales ordinarias, siempre que se compruebe que son las previstas en el artículo 110, fracción IV;

XXIII. Hacer las deducciones de las cuotas para la constitución y fomento de sociedades cooperativas y de caja de ahorro, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 110, fracción IV;

XXIV. Permitir la inspección y vigilancia que las autoridades de trabajo practiquen en su establecimiento para cerciorarse del cumplimiento de las normas de trabajo y darles informes que a ese efecto sea indispensables, cuando lo soliciten. Los patrones podrán exigir a los inspectores o

comisionados que les muestren sus credenciales y les den a conocer las instrucciones que tengan;

XXV. Y contribuir al fomento de las actividades culturales y del deporte entre sus trabajadores y proporcionarles los equipos útiles indispensables.

XXVI. Hacer las deducciones previstas en las fracciones IV del artículo 97 y VII del artículo 110, y enterar los descuentos de la institución bancaria acreedora, o en su caso al Fondo de Fomento y Garantía para el Consumo de los Trabajadores. Esta obligación no convierte al patrón en deudor solidario del crédito que se haya concedido al trabajador.

XXVII. Proporcionar a las mujeres embarazadas la protección que establezcan los reglamentos.

XXVIII. Participar en la integración y funcionamiento de las Comisiones que deban formarse en cada centro de trabajo, de acuerdo con lo establecido por esta Ley.

Artículo 134 –Son obligaciones de los trabajadores:

I. Cumplir las disposiciones de las normas de trabajo que le sean aplicables.

II. Observar las medidas preventivas e higiénicas que acuerden las autoridades competentes y las que indiquen los patrones para la seguridad y protección personal de los trabajadores;

III. Desempeñar el servicio bajo la dirección del patrón o de su representante, a cuya autoridad estarán subordinados en todo lo concerniente al trabajo;

IV. Ejecutar el trabajo con la intensidad, cuidado y esmero apropiados y en la forma, tiempo y lugar convenidos.

V. Dar aviso inmediato al patrón, salvo caso fortuito o de fuerza mayor de las causas justificadas que le impidan concurrir a su trabajo;

VI. Restituir al patrón los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles que les haya dado para el trabajo, no siendo responsables por el deterioro que origine el uso de estos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito, fuerza mayor, o por mala calidad o defectuosa construcción;

VII. Observar buenas costumbres durante el servicio;

VII. Prestar auxilios en cualquier tiempo que se necesiten, cuando por siniestro o riesgo inminente peligren las personas o los intereses del patrón o de sus compañeros de trabajo;

IX. Integrar a los organismos que establece esta Ley;

X. Someterse a los reconocimientos médicos previstos en el reglamento interior y demás normas vigentes en la empresa o establecimiento para comprobar que no padecen alguna incapacidad o enfermedad de trabajo contagiosa o incurable;

XI. Poner en conocimiento del patrón las enfermedades contagiosas que padezcan, tan pronto como tengan conocimiento de las mismas;

XII. Comunicar al patrón o a su representante las deficiencias que adviertan, a fin de evitar daños o perjuicios a los intereses y vida de sus compañeros de trabajo o de los patrones; y

XIII. Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales y de fabricación de los productos a cuya elaboración concurren directa o indirectamente, o de los cuales tengan conocimiento por razón del trabajo que desempeñen, así como los asuntos administrativos reservados, cuya divulgación pueda causar perjuicios a la empresa”²⁸.

Ley del Seguro Social.

Artículo 2. “La seguridad social tiene por finalidad garantizar el derecho y la salud, la asistencia médica, la protección de los medios de subsistencia y los servicios sociales necesarios para el bienestar individual y colectivo, así como el otorgamiento de una pensión que, en su caso y previo cumplimiento de los requisitos legales, será garantizada por el Estado.

Artículo 7. El seguro Social cubre las contingencias y proporciona los servicios que se especifican a propósito de cada régimen particular, mediante prestaciones en especie y en dinero, en las formas y condiciones previstas por esta Ley y sus reglamentos.

Artículo 6. El Seguro Social comprende

I. El régimen obligatorio, y

II. El régimen voluntario.

Artículo 11. El régimen obligatorio comprende con los seguros e:

I. Riesgos de trabajo.

II. Enfermedades y maternidad.

III. Invalidez y vida.

IV. Retiro, cesantía en edad avanzada y vejez, y

V. Guarderías y prestaciones sociales.

²⁸Cita de página de internet, www.diputados.gob.mx, Ley federal del trabajo 2012.

Artículo 12 .Son sujetos de aseguramiento del régimen obligatorio:

I. Las personas que de conformidad con los artículos 20 y 21 de la Ley Federal del Trabajo, presten, en forma permanente o eventual, a otras de carácter físico o moral o unidades económicas sin personalidad jurídica, un servicio remunerado, personal y subordinado, cualquier que sea el acto que le de origen y cualquiera que sea la personalidad jurídica o la naturaleza económica del patrón aun cuando éste, en virtud de alguna ley especial, esté exento del pago de contribuciones;

II. Los socios de sociedad cooperativas, y

III. Las personas que determine el Ejecutivo Federal a través del Derecho respectivo, bajo los términos y condiciones que señale esta Ley y los reglamentos correspondientes.

Artículo 13. Voluntariamente podrán ser sujetos de aseguramiento al régimen obligatorio.

I. Los trabajadores en industrias familiares y los independientes, como profesionales, comerciantes en pequeño, artesano y demás trabajadores no asalariados;

II. Los trabajadores domésticos;

III. Los ejidatarios, comuneros, colonos y pequeños propietarios;

IV. Los patronos personas físicas con trabajadores asegurados a su servicio, y

V. Los trabajadores al servicio de las administraciones públicas de la Federación, entidades federativas y municipios que están excluidas o no comprendidas en otras leyes o decretos como sujetos de seguridad social.

Mediante convenio con el régimen se establecerán las modalidades y fechas de incorporación al régimen obligatorio, de los sujetos de aseguramiento comprendidos en este artículo.

Dichos convenios deberán sujetarse al reglamento que al efecto explica el Ejecutivo Federal.

Artículo 15. Los patronos están obligados a:

I. Registrarse e inscribir a sus trabajadores en el Instituto, comunicar sus altas y bajas, las modificaciones de su salario y los demás datos, dentro de plazos no mayores de cinco días hábiles;

II. Llevar registros, tales como nóminas y listas de raya en las que se asiente invariablemente el número de días trabajados y los salarios percibidos por sus trabajadores, además de otros datos que exijan la presente Ley y sus

reglamentos .Es obligatorio conservar estos registros durante los cinco años siguientes al de su fecha;

III. Determinar las cuotas obreros patronales a su cargo y enterar su importe al Instituto.

IV. Proporcionar al Instituto los elementos necesarios para precisar la existencia, naturaleza y cuantía de las obligaciones a su cargo establecidas por esta Ley y los reglamentos que correspondan.

V. Permitir las inspecciones y visitas domiciliarias que practiquen el Instituto, las que se sujetarán a lo establecido por esta Ley, el Código y los reglamentos respectivos²⁹.

Ley General de Sociedades Mercantiles.

Artículo 1º “Esta ley reconoce las siguientes especies de sociedades mercantiles.

I. Sociedades en nombre colectivo;

II. Sociedad en comandita simple;

III. Sociedad de responsabilidad limitada;

IV. Sociedad anónima;

V. Sociedad en comandita por acciones, y

VI. Sociedad cooperativa.

Cualquiera de las sociedades a que se refieran las fracciones I a V de este artículo podrá constituirse como sociedad de capital variable, observándose entonces las disposiciones del Capítulo VII de esta Ley.

Artículo 6º -La escritura constitutiva de una sociedad deberá contener:

I. Los nombres, nacionalidad y domicilio de de las personas físicas o morales que constituyan la sociedad;

II. El objeto de la sociedad;

III. Su razón o denominación.

III. Su duración;

IV. El importe del capital social;

²⁹Cita de página de internet, www.diputados.gob.mx, Ley del seguro social 2012.

V. La expresión de lo que cada socio aporte en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y el criterio seguido para su valorización.

Cuando el capital sea variable, así se expresará indicándose el mínimo que se fije;

VII. El domicilio de la sociedad;

VIII. La manera conforme a la cual haya de administrarse la sociedad y las facultades de los administradores;

IX. El nombramiento de los administradores y la designación de los que han de llevar la firma social;

X. La manera de hacer la distribución de las utilidades y pérdidas entre los miembros de la sociedad;

XI. El importe del fondo de reserva;

XII. Los casos en que la sociedad haya de disolverse anticipadamente, y

XIII. Las bases para practicar la liquidación de la sociedad y el modo de proceder a la elección de los liquidadores, cuando no hayan sido designados anticipadamente.

Artículo 87. Sociedad anónima es la que existe bajo una denominación y se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones.

Artículo 88. La denominación se formará libremente, pero será distinta de la de cualquier sociedad y al emplearse irá siempre seguida de de las palabras Sociedad Anónima” o de su abreviatura “S.A.”

Artículo 89. Para proceder a la constitución de una sociedad anónima se requiere:

I. Que haya dos socios como mínimo, y que cada uno de ellos suscriba una acción por lo menos:

II. Que el capital social no sea menor de cincuenta mil pesos y que esté íntegramente suscrito;

III. Que se exhiba en dinero efectivo, cuando menos el veinte por ciento del valor de cada acción pagadera en numerario, y

IV. Que se exhiba íntegramente el valor de cada acción que haya de pagarse, en todo o en parte, con bienes distintos del numerario.

Artículo 91.- La escritura constitutiva de la sociedad anónima deberá contener, además de los datos requeridos por el artículo 6º, los siguientes:

- I. La parte exhibida del capital social;
- II. El número, valor nominal y naturaleza de las acciones en que se divide el capital social, salvo lo dispuesto en el segundo párrafo de la fracción IV del artículo 125;
- III. La forma y términos en que deba pagarse la parte insoluta de las acciones;
- IV. La participación en las utilidades concedidas a los fundadores;
- V. El nombramiento de uno o varios comisarios;
- VI. Las facultades de la Asamblea General y las condiciones para la validez de sus deliberaciones, así como para el ejercicio del derecho de voto, en cuanto las disposiciones legales pueden modificadas por la voluntad de los socios”³⁰.

Ley de la Propiedad Industrial.

Artículo 2º “Esta Ley tiene por objeto:

- I. Establecer las bases para que, en las actividades industriales y comerciales del país, tenga lugar un sistema permanente de perfeccionamiento de sus procesos y productos;
- II. Promover y fomentar la actividad inventiva de aplicación industrial, las mejoras técnicas y la difusión de conocimientos tecnológicos dentro de los sectores productivos;
- III. Propiciar e impulsar el mejoramiento de la calidad de los bienes y servicios en la industria y en el comercio, conforme a los intereses de los consumidores;
- IV. Favorecer la creatividad para el diseño y a la presentación de productos nuevos y útiles;
- V. Proteger la propiedad industrial mediante la regulación y otorgamiento de patentes de invención, registros de modelos de utilidad, diseños industriales, marcas, y avisos comerciales; publicación de nombres comerciales; declaración de protección de denominaciones de origen, y regulación de secretos industriales, y
- VI. Prevenir los actos que atenten contra la propiedad industrial o que constituyan competencia desleal relacionada con la misma y establecer las sanciones y penas respecto de ellos.

³⁰ Cita de página de internet, www.diputados.gob.mx, Ley general de Sociedades Mercantiles 2012.

Artículo 88. Se entiende por marca a todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.

Artículo 89. Pueden constituir una marca los siguientes signos:

I. Las denominaciones y figuras visibles, suficientemente distintivas, susceptibles de identificar los productos o servicios a que se apliquen o traten de aplicarse, frente a los de su misma especie o clase;

II. Las formas tridimensionales;

III. Los nombres comerciales y denominaciones o razones sociales, siempre que no queden comprendidos en el artículo siguiente, y

IV. El nombre propio de una persona física siempre que no se confunda con una marca registrada o un nombre comercial publicado.

Artículo 113. Para obtener el registro de una marca deberá presentarse solicitud por escrito ante el Instituto con los siguientes datos:

I. Nombre nacionalidad y domicilio del solicitante;

II. El signo distintivo de la marca, mencionando si es normativo, innominado, tridimensional o mixto;

III. La fecha de primer uso de la marca, la que no podrá ser modificada ulteriormente, o la mención de que no se ha usado. A falta de la indicación se presumirá que no se ha usado la marca;

IV. Los productos o servicios a los que se aplicará las marcas, y

V. Los demás que prevenga el reglamento de esta Ley.

Artículo 130. Si una marca no es usada durante tres años consecutivos en los productos o servicios para los que fue registrada, procederá la caducidad de su registros, salvo que su titular o el usuario que tenga concedida licencia inscrita la hubiese usado durante los tres años consecutivos inmediatos anteriores a la presentación de la solicitud de declaración administrativa de caducidad, o que existan circunstancias surgidas independientemente de la voluntad del titular de la marca que constituyan un obstáculo para el uso de la misma, tales como restricciones a la importación u otros requisitos gubernamentales aplicables a los bienes o servicios a los que se aplique la marca”.

Procedimiento para dar de alta una marca

1. Verificar si la marcar ya se encuentra registrada mediante una búsqueda de anterioridades antes el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

2. Presentar la solicitud correspondiente a su clase de productos y / o clase(s) que sean necesarias.

3. Titulación de la marca. El plazo que maneja el IMPI es de 6 a 8 meses, siempre y cuando el Instituto no haga observaciones de la solicitud.

Por el estudio de una solicitud para el registro de una marca hasta la conclusión del trámite, o en su caso, la expedición del título; \$ 2, 167.83 pesos³¹.

Ley del Impuesto sobre la Renta.

Artículo 37. “Las inversiones únicamente se podrán deducir mediante la aplicación en cada ejercicio, de los por cientos máximos autorizados por esa Ley, sobre el monto original de la inversión, con las limitaciones en deducciones que, en su caso, establezca esta Ley. Tratándose de ejercicios regulares, la deducción correspondiente se efectuará en el por ciento que represente el número de meses completos del ejercicio en los que bien haya sido utilizado por el contribuyente, respecto de doce meses. Cuando el bien se comience a utilizar después de iniciado el ejercicio y en que se termine su deducción, ésta se efectuará con las mismas reglas que se aplican para los ejercicios irregulares.

El monto original de la inversión comprende, además del precio del bien, los impuestos efectivamente pagados con motivo de la adquisición o importación del mismo a excepción del impuesto al valor agregado, así como las erogaciones por concepto de derechos, cuotas compensatorias ,fletes, transportes acarreos, seguros contra riesgos en la transportación , manejo, comisiones sobre compra y honorarios a agentes aduanales. Tratándose de las inversiones en automóviles el monto original de la inversión también incluye el monto de las inversiones en equipo de blindaje.

Las inversiones empezarán a deducirse, a elección del contribuyente, a partir del ejercicio en que se inicie la utilización de los bienes o desde el ejercicio siguiente. El contribuyente podrá no iniciar la deducción de las inversiones para efectos fiscales, a partir de que se inicien los plazos a que se refiere este párrafo. En este último caso, podrá hacerlo con posterioridad, perdiendo el derecho a deducir las cantidades correspondientes a los ejercicios transcurridos desde que pudo efectuar la deducción conforme a este artículo y hasta que inicie la misma, calculadas aplicando los por cientos máximos autorizados por esta Ley.

Los contribuyentes ajustarán la deducción determinada en los términos de los párrafos primero y sexto de este artículo, multiplicándola por el factor de actualización correspondiente al periodo comprendido desde el mes en el que

³¹ Cita de página de internet, www.diputados.gob.mx, Ley de la propiedad industrial 2012.

se adquirió el bien y hasta el último mes de la primera mitad del periodo en el que el bien haya sido utilizado durante el ejercicio por el que se efectúe la deducción.

Cuando sea impar el número de meses comprendidos en el periodo en el que el bien haya sido utilizado en el ejercicio, se considerará como último mes de la primera mitad de dicho periodo el mes inmediato anterior al que corresponda la mitad del periodo.

Artículo 38. Para los efectos de esta Ley, se considerarán inversiones los activos fijos, los gastos y cargos diferidos y las erogaciones realizadas en periodos pre operativos, cuyo concepto se señala a continuación:

Activo fijo es el conjunto de bienes tangibles que utilicen los contribuyentes para la realización de sus actividades y que se demeriten por el uso en el servicio del contribuyente y por el transcurso del tiempo. La adquisición o fabricación de estos bienes tendrá siempre como finalidad la utilización de los mismos para el desarrollo de las actividades del contribuyente, y no la de ser enajenados dentro del curso normal de sus operaciones.

Gastos diferidos son los activos intangibles representados por bienes o derechos que permitan reducir costos de operación, mejorar la calidad o aceptación de un producto, usar, disfrutar o explotar un bien, por un periodo limitado, inferior a la duración de la actividad de la persona moral. También se consideran gastos diferidos los activos intangibles que permitan la explotación de bienes del dominio público o la prestación de un servicio público concesionado.

Cargos diferidos son aquellos que reúnan los requisitos señalados en el párrafo anterior, excepto los relativos a la explotación de bienes del dominio público o la prestación de un servicio público concesionado, pero cuyo beneficio sea por un periodo ilimitado que dependerá de la duración de la actividad de la persona moral.

Erogaciones realizadas en periodo pre operativos, son aquellas que tienen por objeto, la investigación y el desarrollo, relacionados con el diseño, elaboración, mejoramiento, empaque o distribución de un producto, así como con la prestación de un servicio; siempre que las erogaciones se efectúen antes de que el contribuyente enajene sus productos o preste sus servicios, en forma constante. Tratándose de industrias extractivas, estas erogaciones son las relacionadas con la explotación para la localización y cuantificación de nuevos yacimientos susceptibles de explotarse.

Artículo 39. Los por cientos máximos autorizados tratándose de gastos y cargos diferidos, así como para las erogaciones realizadas en periodos pre operativos, son los siguientes:

I. 5% para cargos diferidos.

II. 10% para erogaciones realizadas en periodos pre operativas.

III.15% para regalías, para asistencia técnica, así como para otros gastos diferidos, a excepción de los señalados en la fracción IV del presente artículo.

IV. En el caso de activos intangibles que permitan la explotación de bienes del dominio público o la prestación de un servicio público concesionad, el por ciento máximo se calculará dividiendo la unidad entre el número de años por los cuales se otorgó la concesión; el cociente así obtenido se multiplicará por cien y el productos e expresará en por ciento.

En el caso de que el beneficio de las inversiones a que se refieren las fracciones II y III de este artículo se concrete en el mismo ejercicio en el que se realizó la erogación, la deducción podrá efectuarse en su totalidad en dicho ejercicio.

Tratándose de contribuyentes que se dediquen a la explotación de yacimientos de mineral, éstos podrán optar por deducir las erogaciones realizadas en periodos pre operativo, en el ejercicio en que las mismas se realicen. Dicha opción deberá ejercerse para todos los gastos pre operativos que correspondan a cada yacimiento en el ejercicio de que se trate.

Artículo 40. Los por cientos máximos autorizados, tratándose de activos fijos por tipo de bien son los siguientes:

III. 10% para mobiliario y equipo de oficina.

VI. 25% para automóviles, autobuses, camiones de carga, tractocamiones, montacargas y remolques.

VII. 30% para computadoras personales de escritorio y portátiles; servidores; impresoras, lectores ópticos, graficadores, lectores de código de barras, digitalizadores, unidades de almacenamiento externo y concentradores de redes de cómputo.

Artículo 41. Para la maquinaria y equipo distintos de los señalados en el artículo anterior, se aplicarán de acuerdo a la actividad en que sean utilizados, los por cientos siguientes:

VII.11% en la fabricación, acabado, teñido y estampado de productos textiles, así como de prendas para el vestido.

En el caso de que el contribuyente se dedique a dos o más actividades de las señaladas en este artículo, se aplicará el por ciento que le corresponda a la actividad en el ejercicio inmediato anterior³².

Código de Comercio.

Artículo 1º. “Los actos comerciales sólo se registrarán por lo dispuesto en este Código y las demás leyes mercantiles aplicables.

Artículo 3º .Se reputan en derecho comerciantes:

- I. Las personas que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hace de él su ocupación ordinaria;
- II. Las sociedades constituidas con arreglo a las leyes mercantiles;
- III. Las sociedades extranjeras o las agencias y sucursales de éstas, que dentro del territorio nacional ejerzan actos de comercio.

Artículo 4º. Las personas que accidentalmente, con o sin establecimiento fijo hagan alguna operación de comercio, aunque no son en derecho comerciantes, quedan sin embargo, sujetas por ella a las leyes mercantiles. Por tanto , los labradores y fabricantes, y en general todos los que tienen planteados almacén o tienda en alguna población para el expendio de los frutos de su finca, o de los productos ya elaborados en su industria , o trabajo, sin hacerles alteración al expendierlos, serán considerados comerciantes en cuanto concierne a sus almacenes o tiendas.

Artículo 5º-Toda persona que, según las leyes comunes, es hábil para contratar y obligarse, y a quien las mismas leyes no prohíben expresamente la profesión del comercio, tiene capacidad legal para ejercerlo.

Artículo 18. En el Registro Público de Comercio se inscriben los actos mercantiles, así como aquellos que se relacionan con los comerciantes y que conforme a la legislación lo requieran.

La operación del Registro Público de Comercio está a cargo de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, en adelante la Secretaría, y de las autoridades responsables del registro público de la propiedad de los estados y en el Distrito Federal, en términos de este Código y de los convenios de coordinación que se suscriban conforme a lo dispuesto por el artículo 116 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Para estos efectos existirán las oficinas del Registro Público de Comercio de cada entidad federativa que demande el tráfico mercantil.

³²Cita de página de internet, www.diputados.gob.mx, Ley general de Sociedades Mercantiles 2012

La Secretaría emitirá lineamientos necesarios para la adecuada operación del Registro Público de Comercio, que deberán publicarse en el Diario Oficial de la Federación.

Artículo 33. El comerciante está obligado a llevar y mantener un sistema de contabilidad adecuado. Este sistema podrá llevarse mediante los instrumentos, recursos y sistemas de registro y procesamiento que mejor se acomoden a las características particulares del negocio, pero en todo caso deberá satisfacer los siguientes requisitos mínimos:

A) Permitirá identificar las operaciones individuales y sus características, así como conectar dichas operaciones individuales con los documentos comprobatorios originales de las mismas.

B) Permitirá seguir la huella desde las operaciones individuales a las acumulaciones que den como resultado las cifras finales de las cuentas y viceversa.

C) Permitirá la preparación de los estados que se incluyen en la información financiera del negocio;

D) Permitirá conectar y seguir la huella entre las cifras de dichos estados, las comulaciones de las cuentas y las operaciones individuales.

E) Incluirá los sistemas de control y verificación internos necesarios para impedir la omisión del registro de operaciones, para asegurar la corrección de las cifras resultantes.

Artículo 38. El comerciante deberá conservar, debidamente archivados, los comprobantes originales de sus observaciones, de tal manera que puedan relacionarse con dichas operaciones y con el registro que de ellas se haga, y deberá conservarlos por un plazo mínimo de diez años.

Artículo 47. Los comerciantes estarán obligados a conservar debidamente archivadas las cartas, telegramas y otros documentos que reciban en relación con sus negocios o giro, así como copias de las que expidan³³.

³³ Cita de página de internet, www.diputados.gob.mx, Código de comercio 2012.

ANEXO II Reglamento interno de trabajo.

Artículo 1.

La hora de entrada será a las 10:00 hrs y la salida será a las 19:00 hrs, llevando el registro de la entrada y la salida en la libreta de asistencias.

Artículo 2.

Durante la jornada laboral los trabajadores tendrán derecho a un descanso de media hora, previa autorización del patrón, de forma tal que no se vean afectadas las labores de la empresa.

Artículo 3.

El trabajador contará con una hora para ingerir sus alimentos, los que podrá tomar únicamente en el espacio designado para este efecto; quedando prohibido realizarlo fuera del área y horario señalado para este efecto.

Artículo 4.

La limpieza del lugar de trabajo, así como de las instalaciones se llevará a cabo por los trabajadores, antes y después de la jornada laboral, debiendo quedar todo perfectamente limpio.

Artículo 5.

El personal portará un uniforme durante la jornada de trabajo, debiendo mantenerlo limpio y en perfectas condiciones.

Artículo 6.

El trabajador deberá mantener en perfecto estado su equipo de trabajo, así como su material, en caso de averías deberá reportarlo inmediatamente al patrón o supervisor inmediato.

Artículo 7.

El pago de los salarios se llevará a cabo al término de la jornada laboral, cada quincena y día último del mes, en las instalaciones de la empresa.

Artículo 8.

Previo aviso al patrón con una anticipación de 24 horas, el trabajador tendrá derecho a tres días de permiso durante el año, sin goce de sueldo.

Artículo 9.

Por cada tres retardos en el mes, el trabajador podrá ser suspendido hasta por dos días cuando el patrón así lo señale.

Artículo 10.

El trabajador deberá mostrarse respetuoso con sus compañeros y patrón así como con la clientela.

Artículo 11.

En caso de enfermedad, deberá acreditarlas con el comprobante del Seguro Social, teniendo la obligación de avisar al patrón de inmediato.

Artículo 12.

Los trabajadores deberán capacitarse conforme a los planes y programas que establezca el patrón, debiendo presentarse puntualmente y aprobando los cursos correspondientes durante todo el tiempo que dure la capacitación.

Artículo 13.

Este reglamento entra en vigor a partir del día 01 Enero del 2012, toda vez que el mismo ha sido presentado ante La Junta de Conciliación y Arbitraje y se encuentra debidamente registrado.

Artículo 14.

El presente Reglamento se encuentra publicado en los lugares más visibles del establecimiento y todos los trabajadores han recibido copia del mismo estando enterados de su contenido y alcance.

Firma del Patrón

Representante de los trabajadores.

MESOGRAFIA.

Bibliografía.

- Andrade Simón (2006), Diccionario de Economía, 3ª edición, Andrade. México.
- Daft, L Richard (2008), Administración 6ª edición, Thomson, México
- FISCHER, Laura (2007), Introducción a la investigación de mercados, McGraw-Hill, México.
- FISCHER, Laura (1996), Introducción a la investigación de mercados, interamericana, México.
- Gates Roger y McDaniel Carl, Investigación de Mercados, 6ª ed, Thomson. Mexico.
- Hampton, R, David (2004), Administration, 3ª ed, Mc Graw Hill, Mexico.
- Morales Castro, José y Morales Arturo (2003) .Proyectos de inversión en la .práctica formulación y evaluación, Gasca Sicco 1ª edición, México.
- Morales Castro José (2009), Proyectos de inversión, 1era Edición, Ed. Mc-Graw Hill Interamericana, México.
- Munch, Galindo (2006), Fundamento de Administración, Trillas, 7ª edición, México.

Páginas de internet.

- www.chapingo.mx/
- www.comerciomexico.com
- www.conmexflor.org/documents.php?doccatid=25&documentid=287
- www.consejosdenegocios.net.
- www.contactopyme.gob.mx
- www.diputados.gob.mx
- www.economia.gob.mx/
- www.eticaygestion.org
- www.imagenagropecuaria.com/articulos.php?id_art=45&id_sec=1

- www.inegi.org.mx/
- www.jardinactual.com/menu-revista-articulos/237-Partes_de_una_planta:_generalidades
- www.oem.com.mx/elmexicano/notas/n1240139.htm
- www.ponce.inter.edu/cai/manuales/FUENTES-PRIMARIA.pdf
- www.promonegocios.net
- www.sinaloa.gob.mx/index.php/sinaloa/listado-de-municipios/19-culiacan
- www.uasnet.mx/
- www.rae.es, Diccionario de la lengua de la real academia española
- www.voyagesphotosmanu.com/evolucion_flores.html