



UNIVERSIDAD DON VASCO, A. C.

INCORPORACIÓN No. 8727-02

A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

**Proyecto de Inversión
para la creación de una
Empresa de Guitarras**

Tesis

Que para obtener el título de:

Licenciado en Administración

Presenta:

Aldo Iván Vega Gutiérrez

Asesor:

Dra. Laura Alejandra Mata Amezcua



Uruapan, Michoacán. 5 de julio, 2023.



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

A Dios por siempre estar guiando mi camino.

A mis padres, Roberto y Guadalupe, por siempre brindarme amor, comprensión y sobre todo motivación para cumplir mis sueños.

A mi hermano Érick por siempre creer en mi e impulsarme a ser mejor personas cada día

A mi abuelito Trino que desde el cielo me acompaña a mi abuelita Esperanza y mi tío Balito por brindarme cariño y apoyo

A mi abuelita Tere que desde el cielo me guía y abuelito Anselmo por brindarme consejos para ser mejor en la vida

A mi asesora Laura Mata, por compartirme sus conocimientos y experiencias dentro de la administración.

A mis amigos de la carrera por compartir momentos dentro y fuera clase

A Pau por su amor y apoyo.

Introducción

Sin duda la administración es fundamental para lograr detectar y solucionar las problemáticas que las organizaciones presentan durante el desarrollo de sus actividades en el día a día y con ello concretar una competitividad, productividad y calidad máxima en una organización.

Una de las principales características de la administración es adaptabilidad de sus procesos, esto ocurre cuando se presentan circunstancias diferentes a lo habitual, el caso más drástico y posiblemente nunca antes visto en los últimos cien años fue en el 2020 cuando en marzo de ese año la Organización Mundial de la Salud anunció que el mundo se encontraba en una pandemia, por lo tanto, cada país debería tomar medidas de protección para mitigar esa enfermedad.

En México una de las acciones que tomó el gobierno fue el cierre total de operaciones durante 40 días en los negocios y fábricas consideradas como no esenciales, por lo tanto, las industrias como la de la guitarra tuvieron que parar operaciones durante ese tiempo.

El problema se detecta cuando la empresa deja de percibir ingresos, la mercancía queda varada en el almacén y los puntos de venta cerrados, es ahí cuando surge la idea de diseñar un modelo de negocio en el cual se pudiera comercializar el producto sin que las personas salgan de su hogar, se opta por la comercialización del producto mediante internet en el cual las personas puedan utilizar las plataformas digitales de mayor concurrencia y adquirir el producto.

La guitarra es un instrumento musical que tiene sus orígenes en Europa específicamente en España, se ha elaborado durante cientos de años en diferentes partes del mundo, en México este instrumento fue introducido al país durante la conquista en el siglo XVI, Vasco de Quiroga un fraile quien durante la conquista española decidió establecerse en el estado de Michoacán y promover y enseñar a cada región

la elaboración de una artesanía, fue entonces que Vasco de Quiroga enseñó a los pobladores de Paracho a elaborar guitarras. Paracho es un poblado en la meseta purépecha del estado de Michoacán, es un lugar donde abundan las manos artesanas y donde su principal fuente ingresos de las familias proviene de la elaboración y venta de guitarras, es por ello es reconocido como la capital mundial de guitarra, es ahí donde se producen miles y miles de guitarras que se venden a todo México y las cuales son características de nuestro género musical regional mexicano.

Al analizar la problemática y analizar las posibles soluciones al problema, se optó por diseñar un proyecto de inversión en el cual se crea el plan de acción de una comercializadora, es por ello que en este documento se plasmas las bases suficientes para empezar operar con una estructura administrativa y financiera consolidada y adecuada para la situación que actualmente se vive.

Actualmente los casos de Covid -19 han disminuido y por lo tanto las empresas y la sociedad han regresado a su vida cotidiana, pero sin duda algo que nos dejó la pandemia es aprendizaje y severos cambios al realizar las actividades del día a día, algo que sin duda cambio fue el adquirir productos mediante la utilización de plataformas digitales para adquirir productos por internet, por esa razón este documento explica paso a paso como vender productos mediante dos plataformas digitales, las cuales tiene un alcance nacional como internacional, creemos firmemente que este proyecto es una oportunidad no solo para esta empresa si no para muchas pequeñas y medianas empresa que aún no comercializan por internet.

Estamos convencidos que este proyecto tendrá éxito gracias a las diversas investigaciones que se realizaron para poder medir su rentabilidad y su viabilidad en el mercado actual

Índice

Agradecimientos	ii
Introducción	iii
Índice	v
CAPÍTULO I	1
ADMINISTRACIÓN	1
1. ANTECEDENTES	1
1.1 Época Primitiva.....	1
1.2 Grandes civilizaciones (2150-500 A.C)	1
1.3 EL SURGIMIENTO DEL CRISTIANISMO	2
1.4 EDAD MEDIA SIGLO V – SIGLO XV	2
1.5 EDAD MODERNA: RENACIMIENTO Y REFORMA (SIGLO XV –SIGLO XVIII)	2
1.6 REVOLUCIÓN INDUSTRIAL SIGLO XVII – SIGLO XIX.....	3
1.7 ADMINISTRACIÓN EN EL SIGLO XX.....	3
1.8 ADMINISTRACIÓN EN EL SIGLO XXI	4
2. CONCEPTO DE ADMINISTRACIÓN	4
3. FINALIDAD DE LA ADMINISTRACIÓN.....	6
4. CARACTERÍSTICAS DE LA ADMINISTRACIÓN	6
5 PROCESO ADMINISTRATIVO.....	7
5.1 Planeación	8
5.2 Organización.....	10
5.3 Dirección.....	12
D) CONTROL	13
Capítulo II	16
Empresa.....	16
○ ANTECEDENTES	16
1.1 ÉPOCA PRIMITIVA.....	16
1.2 GRANDE CIVILIZACIONES (2150-500 A.C).....	16
1.3 EDAD MEDIA (476 d.c – finales del siglo xv).....	17
1.4 EDAD MODERNA (SIGLO XV- XVIII) Revolución Industrial	17

1.5 Revolución Industrial.....	17
1.6 SIGLO XXI	18
2. CONCEPTOS.....	19
2.1 IMPORTANCIA.	20
2.2 FINES DE LA EMPRESA.....	20
2.3 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS.....	21
2.4 ELEMENTOS DE LA EMPRESA.	25
1. Recursos materiales.	25
2. Recursos humanos	26
3. Recursos tecnológicos.....	27
CAPÍTULO III.....	29
PROYECTO DE INVERSIÓN	29
1. CONCEPTO.....	29
2. IMPORTANCIA	30
3. ELEMENTOS DEL PROYECTO.....	31
4. ESTUDIO TÉCNICO	32
4.1 Elementos necesarios para realizar un estudio técnico.....	32
4.2. Ubicación de la planta.....	34
4.3 Maquinaria requerida	36
4.4. Capital humano que se requiere	37
5. ESTUDIO DE MERCADO	37
6. ESTUDIO DE LA EMPRESA.....	39
6.1 Filosofía organizacional	39
7. ESTUDIO FINANCIERO	43
1. Elementos.....	43
2. Fuentes de financiamientos	44
3. Punto de equilibrio.....	45
4. Flujo de efectivo	46
CAPÍTULO IV.	49
CASO PRACTICO.....	49
1. Empresa.....	49
2. Problemática detectada	49

3. Objetivo	49
4. Objetivo específico	49
5. Justificación	50
6. Alcances.....	51
7. Limitaciones	51
8. Método de recolección de datos	51
9. Instrumento de recolección de datos	51
10. Idea del proyecto	51
11. Antecedentes	52
12. Beneficio social.....	52
13. Perfil del proyecto	52
14. Perfil del cliente.....	53
15. Competidores	53
16. Segmento de la población al cual se aplicará el cuestionario:.....	53
17. Cuestionario	54
5.Estudio Técnico	55
1.Distribución de planta	56
2. Diagrama de procesos	57
3. Descripción de procesos.....	58
4.Relación	60
5.Inventario de producto	60
6.Descripción de puestos	61
7. Planeación y organización	66
8.Estudio Financiero	73
2.Numero De Guitarras Que Se Adquirirán Y Se Proyectarán Vender Por Mes.....	73
3. Cédula De Gastos Por El Traslado De Mercancías.....	73
4.cedula de gastos de venta y administración	74
5.Costo Unitario	75
6.Relación entre maquinaria y equipo	76
7. Inventario Y Depreciaciones De Los Diferentes Activos De La Organización	78
8.Financiamiento.....	81
9.Estados De Resultados De 2023 -2026.....	82

10. Balances Generales 2023-2026	84
11. Proyección financiera 2023-2026.....	86
12. Valor presente, Tir, Pri.	87
13. Punto De Equilibrio 2023-2026	87
14. Porcientos integrales.....	89
15. Porcientos Integrales Aplicados A Estado De Resultados 2023	92
16. Razones Financieras	94
18. Conclusiones del estudio financiero	96
9. Responsabilidad Social	99
10. Propuesta	100
1. Producto	100
2. Precio.....	102
3. Plaza	102
4. Promoción	124
Conclusiones Del Proyecto	126
Anexos	128
Bibliografía	135
Sitios Web.....	135

CAPÍTULO I

ADMINISTRACIÓN

1. ANTECEDENTES

1.1 Época Primitiva

Durante años el ser humano ha sido como cualquier especie que habita el planeta el cual debe trabajar para poder subsistir por eso debe adoptar técnicas que le ayudan a realizar actividades de una manera efectiva y con un esfuerzo mínimo, llevando a cabo uno de los principios de la administración el cual tiene como fin único maximizar los resultados con un mínimo esfuerzo

Durante la época primitiva fue cuando el hombre empezó a trabajar en grupo y donde ya había una división de tareas, una serie de estrategias los cuales eran coordinados y asociados para cumplir el objetivo primordial que era la caza de animales salvajes.

El descubrimiento de la agricultura durante la época primitiva dio paso al sedentarismo y a la necesidad de coordinar mejor los esfuerzos para la siembra y almacenamiento de las cosechas, por lo tanto, se implementó una administración en la agricultura

1.2 Grandes civilizaciones (2150-500 A.C)

Con la aparición del estado, y el inicio de la gran civilización, surgieron la ciencia, la literatura, la religión, la organización política, la escritura, y el urbanismo. En Mesopotamia y Egipto la sociedad se dividió en clases sociales. El control de trabajo colectivo y apego de tributos en especie, bases en las que las que se apoyaban estas civilizaciones, obviamente exigían una administración más compleja. En el código de Hammurabi se declara, `` Si un albañil construye y su trabajo no está correcto y la casa se derrumba matando al dueño, el albañil será castigado con pena de muerte`` desde esta época es evidente la preocupación por obtener una máxima productividad. (Münch Lourdes,2014, p.03)

1.3 EL SURGIMIENTO DEL CRISTIANISMO

El cristianismo dio paso a una administración más consolidada y con principios administrativos que permitían un mejor manejo de los recursos económicos y humanos, en el año 325 fue que el concilio de Nicea establece la organización y los lineamientos de la doctrina cristiana, creando el imperio de occidente y el imperio de oriente.

Es por eso que esta organización fue de las primeras en crear estructuras administrativas que aún siguen vigentes y se aplican en las organizaciones, jerarquía, principios de autoridad, disciplina y organización que prevalezca en la organización en la administración.

1.4 EDAD MEDIA SIGLO V – SIGLO XV

En el feudalismo las relaciones laborales eran conocidas por ser parte de un régimen de servidumbre, es decir todas las actividades que se realizaban en la hacienda eran coordinadas y controladas por el señor feudal quien tenía absoluta decisión sobre los siervos.

Durante este tiempo también surgen los talleres, los gremios y organizaciones las cuales el fin único era que más personas aprendieran a realizar una actividad la cual les ayudara subsistir, es por eso que durante esta época ya existía una relación más entre el cliente y el productor, alguno de los sectores más relevantes eran joyeros, escultores, tejedores entre otros, lo curioso de esa época es que ya existía una ruta de venta es decir estos trabajadores llevaban sus productos a diferentes ciudades de Europa para su comercialización, los cuales ya despeñaban un control de calidad un control de inventarios tanto de materia prima como de productos terminados .

1.5 EDAD MODERNA: RENACIMIENTO Y REFORMA (SIGLO XV –SIGLO XVIII)

Con una nueva era y el sentir de una esperanza, durante este tiempo nace el capitalismo comercial y el trabajo asalariado, los gremios comerciales que surgieron durante la edad media toman gran fuerza por todo Europa y cada vez se van fortaleciendo más como empresas, aunque se siguieron conservando

algunos estilos de liderazgo y de administración que se desempeñaron durante la edad media, durante esta época se logró un avance en ciencias artes y filosofías.

1.6 REVOLUCIÓN INDUSTRIAL SIGLO XVI – SIGLO XIX

Durante la revolución industrial existieron diversos inventos y descubrimientos en el mundo los cuales propiciaron un gran desarrollo de industrias y por ellos grandes cambios al interior de ellas, entre los que destacan los procesos de producción, el manejo del personal, y una nula capacitación, todas estas adversidades causaron que fuera complejo el funcionamiento dentro de las organizaciones, es por ello que surgen los especialistas en cada materia y por ende los administradores los cuales eran los encargados de atender directamente todos estos problemas que surgían dentro de las organizaciones en el desarrollo de la revolución industrial.

Tras agravar aún más los problemas en la fabricación, la producción en serie, la especialización del trabajo obligó a que las empresas abrieran nuevo puesto a los cuales se les denominó mandos intermedios que prácticamente eran supervisores de área y los cuales trabajaba en conjunto con los administradores para la resolución de problemáticas de la organización

La administración como un conjunto de técnicas que surge con la revolución industrial, y como una disciplina de carácter eminentemente social, ya que se requiere trabajar de una manera más eficiente debido a la centralización de la producción en grandes fábricas (Münch Lourdes, 2014, p.05)

1.7 ADMINISTRACIÓN EN EL SIGLO XX

Este siglo XX se distinguió por el avance tecnológico e industrial y, en consecuencia, por la consolidación y desarrollo de la administración como ciencia indispensable para el desarrollo de la administración como ciencia indispensable para el desarrollo industrial y económico. A principios de este siglo surge la administración científica, cuyo creador Frederick Winslow Taylor postula cinco principios de la administración; de ahí en adelante diversos autores se dedicaron al estudio de esta disciplina, y

surgieron múltiples enfoques y teorías conocidas como escuelas de administración, esta disciplina adquiere un carácter indispensable para el adecuado funcionamiento de cualquier empresa. Taylor realizó diversas aportaciones a la administración científica y a la ingeniería industria, y mejoró así la administración de la producción de bienes y servicios; de hecho, es considerado como el padre de la administración y de la ingeniería industrial. Henry Ford sistematizó la producción mediante las líneas de ensamble y la clasificación de productos aceptables y no aceptables lo cual originó la operación del departamento de control de calidad en las fábricas.

La utilización de métodos estadísticos en las labores de inspección, y la introducción de los gráficos de control por Walter Schwartz en 1931, constituyeron un avance muy importante, pues no se trataba solamente de la inspeccionar los productos ya fabricados, sino de evitar la fabricación de los artículos defectuosos. (MUNCH, 2014.p.06)

1.8 ADMINISTRACIÓN EN EL SIGLO XXI

Un siglo que inició con grandes avances tecnológicos y científicos, con una sociedad más avispada, con una economía global, con un crecimiento potencial de empresas mundiales y naciones, todos estos factores desencadenaron una pronta reestructuración de los procesos administrativos, caracterizándolos por ser una organización proactiva, la cual busca disminuir los riesgos y las incertidumbres dentro de la organización, para lograr una competitividad interna como externa. “En el siglo XXI la administración es indispensable para competir en el mundo global” (Münch Lourdes,2017, p.6)

2. CONCEPTO DE ADMINISTRACIÓN

Nos adentraremos un poco a las raíces de la palabra administración la cual proviene del latín ad (dirección, tendencia hacia) y minister de subordinación y audiencia lo que se define como obediencia o subordinación, “hacer a través de otros”.

Definiremos administración como el arte de Planear, organizar, dirigir y controlar los recursos materiales financieros, humanos y tecnológicos de las organizaciones para el logro y cumplimiento de los objetivos establecidos consiguiendo optimizar cada uno de ellos para su máximo rendimiento.

La administración es el proceso cuyo fin es alcanzar objetivos con base en el trabajo de las personas o por medio de ellas y de otros recursos de la organización (SAMUEL 1994, p.09 citado por Chiavenato, 2014)

La administración es el conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia en las formas de coordinar un organismo social. (Reyes Ponce,2004, p.14)

Es una ciencia compuesta de principios, técnicas y practicas cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzos cooperativos, a través de los cuales se pueden alcanzar propósitos comunes que individualmente no se pueden lograr. (W Jiménez,1999, p.15, citado por Montero,2005)

Administrar es prever, organizar, mandar, coordinar y controlar (Henry Fayol 1997, p.15, citado por Montero,2005)

Proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas, trabajando en grupos, alcanzarán con eficiencia metas seleccionadas (Harold Koontz Y Heinz Wehrich, 2017, p.05)

El empleo de la autoridad para organizar, dirigir y controlar subordinados responsables, con el fin de que todos los servicios que se presentan sean debidamente coordinados en el logro del fin de la empresa. (F TANNENBAUM 1951, p.16 citado por MONTERO,2005)

Después de analizar varios conceptos nos percatamos que en el mundo de la administración existen un sinfín de definiciones, pero en ellas siempre se encuentra la esencia de este arte el cual es el proceso

administrativo y su único fin es combinar y acompañar todas las actividades para el logro de los objetivos

3. FINALIDAD DE LA ADMINISTRACIÓN

La finalidad de la administración, es ser únicamente el medio para que toda organización pueda lograr el cumplimiento de sus objetivos acompañados de los cuatro ejes que establece nuestro proceso administrativo, definiremos objetivos como un plan de mejora el cual se propone alcanzar en un tiempo determinado

La administración siempre tendrá como finalidad combinar todos los elementos necesarios para que se logre una mejora continua dentro de las organizaciones, tomando en cuenta siempre los factores económicos sociales y humanos.

4. CARACTERÍSTICAS DE LA ADMINISTRACIÓN

- ✓ Universalidad: Es algo que está en todos lados en cualquier grupo social, institución, empresa, lo podemos definir como omnipotente porque tiene el poder de estar en cualquier lugar al que vayamos.
- ✓ Multidisciplinaria: Es una ciencia que utiliza y lleva a cabo sus conocimientos basados en otras técnicas y ciencias.
- ✓ Especialidad: La administración siempre busca a las personas adecuadas para desempeñar las actividades requeridas, que sean eficaces y eficientes.
- ✓ Flexibilidad: La administración permite que sus principios puedan ser flexibles y se puedan adaptar acorde a las necesidades que el grupo social demande.
- ✓ Unidad jerárquica: Todos cuando tienen carácter de jefes unos organigramas sociales participan, en distintos grados y modalidades, de la misma administración. (REYES, 2004, p.16)

- ✓ Unidad temporal: Aunque se diferencian las etapas, fases y elementos del fenómeno administrativo, esté único y por lo mismo, en todo momento de la vida de una empresa se están dando, en mayor o menor, todos o la mayor parte de los elementos administrativo.
(REYES, 2004, p.16)

5 PROCESO ADMINISTRATIVO.

El proceso administrativo es una serie de etapas las cuales deben ser ordenadas secuencialmente pero que se puedan aplicar dependiendo de la necesidad que requiere la organización o la persona, las cuatro etapas con las que el proceso se pone en marcha son : Planear, organizar, dirigir, controlar, pero como lo dice anteriormente éstas pueden implementarse dependiendo de lo que demanda la organización, es decir una vez puesto en marcha el plan puedes estar en la etapa de control pero a la vez puedes estar en la etapa de planear es decir controlas evalúas y al vez está viendo que plan poner en marcha para poder tener un mejor rendimiento o bien puedes estar organizando y a la vez dirigiendo, es un proceso él cual puede ser flexible y al vez parecer simple pero si nos ponemos a verlo de una manera macro podemos ver que es el mismo proceso que hace que funcionen las sociedades del mundo.

El proceso administrativo es el conjunto de fases o etapas sucesivamente a través de las cuales se efectúan la administración (MUNCH, 2014, p.24).

En la administración de toda organización podemos encontrar dos etapas o bien dos fases en la primera fase se logra darle una estructura al proyecto es decir se toman en cuenta todos los factores que nos ayudarán a darle una finalidad al objetivo y por ende nos llevará al logro del mismo; En la segunda etapa el plan que se realizó en la etapa uno es puesto en marcha y se realizan todas las actividades necesarias para lograr lo establecido. Estas dos etapas fueron nombradas por Lyndl I F. Urwick como la administración mecánica y la administración dinámica.

Fase mecánica: Se identifica también como base de incubación, debido a que es aquí donde se desarrollan los marcos teóricos que serán la base del proceso, dentro de esta encontramos planeación y organización.

Fase dinámica: Es la fase en donde se llevan a la práctica los procesos anteriores compuesta por la dirección y el control

5.1 Planeación

La planeación es algo esencial para el desarrollo de cualquier proyecto porque en ella se establecen todos los planes y programas que se desarrollaran en la organización y los cuales definirán el rumbo de la organización, en ella se resuelven incógnitas como el ¿Quiénes somos? ¿Hacia dónde vamos? ¿En cuánto tiempo recuperemos nuestra inversión? ¿En cuánto tiempo logramos llegar a dónde queremos?, ¿Cuáles riesgos existentes? Prácticamente la planeación es ir blindando todos esos obstáculos que se pueden presentar durante el desarrollo del proyecto y aunque no se logra por cubrir por completo, se logra tener un plan B que resuelva las situaciones de una manera proactiva.

La planeación se define como la aplicación racional de la mente humana en la toma de decisiones anticipatoria, con base en el conocimiento previo de la realidad, para controlar las acciones presentes y prever sus consecuencias futuras, encausadas al logro de un objetivo plenamente deseado satisfactoriamente. (Ackoff,1992, p.190, citado por Candelas,2012)

La planeación es la determinación del rumbo hacia el que se dirige la organización y los resultados que se pretenden obtener mediante el análisis del entorno y la definición de estrategias para minimizar riesgos con la finalidad de lograr la misión y visión organizacional. (Münch Lourdes,2014, p.26)

Algunas ventajas que se pueden tener al realizar una planeación son:

- Da rumbo a la organización de tal manera que todas las actividades, recursos, y demás se dirijan de una manera cronológicamente.
- Tener una estrategia alterna al plan para hacer frente a las situaciones que se puedan presentar en el futuro.
- Las amenazas son consideradas como mínimas, las oportunidades son aplicadas, y las debilidades logran ser fortalezas.
- Se establecen los estándares de evaluación.

❖ *Principios de la planeación*

El libro Administración Gestión Organizacional, Enfoques y Proceso Administrativo de Lourdes Münch muestra 6 principios de las planeaciones.

- ✓ **Factibilidad:** los planes deben ser posibles; es inoperante elaborar planes demasiado ambicioso u optimista que no se pueda lograr. La planeación debe adaptarse a la realidad y a las condiciones objetivas que actúan en el medio ambiente
- ✓ **Objetividad:** Es indispensable utilizar objetivos tales como estadísticas, estudios de mercado, estudios de factibilidad, cálculos probabilísticos, modelos matemáticos y datos numéricos al elaborar planes para reducir al mínimo los riesgos
- ✓ **Flexibilidad:** Deben establecer márgenes de holgura que consideren los imprevistos en todos los planes
- ✓ **Cuantificación:** Tanto el plan estratégico como los planes tácticos y operativos deben explicarse en términos numéricos y cifras exactas
- ✓ **Unidad:** Los planes tácticos y operativos deben subordinarse al plan estratégico y dirigirse al logro de misión y visión organizacional. Debe existir congruencia y constancia en todos los planes.

- ✓ **Del cambio de estrategias:** Siempre deben considerarse planes alternos para un escenario optimista, otros realistas y un pesimista. Comúnmente se conoce a esto como plan A, plan B y plan C; de tal forma que se afronten posibles cambios en el entorno.

5.2 Organización

Organización es la segunda etapa del proceso administrativo en la cual se determinan las actividades que cada uno de los miembros desarrollara durante el proyecto, esto con el fin de que las actividades queden determinadas y por ende los trabajos bien divididos.

Organización es la estructuración técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficacia dentro de los planes y objetivos señalados (Reyes Ponce,2004, p.277)

La organización es la etapa del proceso administrativo a través del cual se crea la estructura orgánica de la institución, se determina los niveles de autoridad y de responsabilidad, se establecen las funciones, los deberes y las atribuciones que corresponden al objetivo (Melinkoff,1987, p.95, citado por candelas 2012)

Es importante saber definir las actividades que se realizarán cada uno de los participantes para lograr la máxima optimización de cada uno de los recursos que se cuenta, por eso la autora Lourdes Münch nos dice que debemos considerar 10 principios para poder lograr una perfecta organización, los cuales se muestran a continuación

❖ *PRINCIPIOS DE ORGANIZACIÓN*

1. **De la misión:** Todas las actividades deben orientarse al logro de la misión de la organización
2. **Simplificación:** Al organizar es necesario recordar que la finalidad es simplificar trabajo y no complicarlo.

3. **Especialización:** El trabajo se realizará más fácilmente si se subdivide en actividades específicas.
A mayor especialización mayor eficacia y eficiencia
4. **Jerarquía:** Establece que la organización es una jerarquía. En la empresa se deberá definir claramente los niveles jerárquicos y de autoridad de cada puesto con el fin de propiciar el orden y la disciplina y evitar fugas de responsabilidad
5. **Paridad de autoridad y responsabilidad:** A cada grado de responsabilidad conferido corresponde el grado de autoridad necesario para cumplir dicha responsabilidad
6. **Unidad de mando:** Los subordinados no deberán reportar a más de un superior ya que ocasiona fugas de responsabilidad, confusión e ineficiencia
7. **Difusión la filosofía Organizacional** y los manuales, procesos y procedimientos deben de estar a disposición del personal y las áreas que tengan relación con los mismos, con el fin de que propicie la comunicación y coordinación entre las áreas
8. **Amplitud o tramo de control:** Un directivo no debe ejercer autoridad en más de 5 o 6 áreas.
La centralización origina falta de control
9. **De la coordinación:** Las áreas y departamentos de la empresa siempre deberán mantenerse en armonía. La empresa eficiente requiere una estructura que propicie la sincronización de procesos y comunicación efectiva
10. **Adecuación:** La estructura organizacional requiere adaptarse a las necesidades de la empresa y mejorarse. La arquitectura organizacional que es apropiada para una microempresa en un momento dado puede no serlo cuando esta crezca. Es indispensable observar Las necesidades de la empresa y efectuar los ajustes y actualizaciones para adaptarse al entorno.

(Lourdes Münch,2014, p.74).

5.3 Dirección

Dirección es el paso número tres del proceso administrativo en el que se ponen en marcha todo lo antes planeado, es ahí donde se desarrollan todas las actividades y donde debe existir la coordinación entre lo planeado y lo que se está elaborando.

Prácticamente la dirección se definiría como la ejecución de todos los planes que la organización demanda y el vínculo entre los factores necesarios para lograrlo.

Dirección: Aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones, ya sea tomadas directamente o delegando dicha autoridad, y se vigila de manera simultánea que se cumplan en la forma adecuada todas las ordenes emitidas. (Reyes Ponce; 2004, p.385)

✓ *Principios de la dirección*

Estos son algunos de los aspectos que se deben considerar para el desarrollo de la etapa de dirección, en otros que destacan es la comunicación, el liderazgo, elementos de autoridad-y técnicas que mejoran y coordinan las labores dentro de las actividades.

- ✓ **Resolución de conflicto:** Los problemas deben resolverse cuando aparecen, ya que el no tomar una decisión cuando origina un conflicto ocasiona que este se magnifique y después sea irresoluble **Aprovechamiento del conflicto:** Los conflictos y obstáculos deben visualizarse como oportunidades ya que obligan al directivo a pensar en soluciones y nuevas estrategias
- ✓ **Impersonalidad de mando:** Cuando un directivo o jefe emita una orden es necesario que explique sus colaboradores que esta surge por una necesidad de la empresa, en otras palabras, no deben existir prepotencia ni abuso de autoridad
- ✓ **Coordinación de intereses:** Los objetivos de todas las áreas deben reaccionarse para lograr la misión y la visión organizacional, de tal forma que todos los miembros de la empresa

encuentren en el logro de los objetivos la satisfacción de sus objetivos individuales y un sentido de vida en su trabajo

- ✓ **De la vía jerárquica:** Es indispensable respetar los niveles jerárquicos establecidos en la estructura formal, de tal manera que al emitir una orden sea transmitida a través de la línea de comunicación definidas en la organización, de lo contrario surgen conflictos, fugas de responsabilidad y debilitamiento de autoridad (Münch Lourdes ,2014, p.111)

D) CONTROL

Control es el último paso del proceso administrativo en el que se evalúan todas las actividades que se desarrollaron durante los tres pasos anteriores, es donde se fijan los estándares de medición para verificar si se logró cumplir con el objetivo.

Es la medición de los resultados actuales y pasados en relación con los esperados, ya sea total o parcialmente, con el fin de corregir, mejorar y formular nuevos planes (Maddock 1987, p.440,citado por Reyes Ponce,2004)

Principios del control

- ✓ **Equilibrio:** Para cada grado de delegación conferido se establece el grado de control correspondiente. De la misma manera que la autoridad se delega y la responsabilidad se comparte, al delegar autoridad es necesario establecer los mecanismos para verificar que se cumplan con la responsabilidad conferida y que la autoridad se ejerza.
- ✓ **Indicadores:** Los indicadores de actuación o estándares sirven de patrón para evaluar los resultados.
- ✓ **Oportunidad:** El control que no es oportuno carece de validez y no cumple con su propósito: para que sea eficaz, requiere que sea oportuno y propiciar que se aplique antes de que efectúen errores, de tal manera que sea posible tomar medidas correctivas con anticipación.

- ✓ **Desviaciones:** Las no conformidades o desviaciones que se representan en relación con los planes deben ser analizadas, para detectar las causas que las originaron a fin de tomar las medidas necesarias para evitarlas
- ✓ **Coste-habilidad:** En sistema de control debe justificar el costo que representa en el tiempo y dinero, en relación con las ventajas reales que este reporte. Soló deberá implementarse si su costo se justifica ante los resultados esperados
- ✓ **Excepción:** El control debe aplicarse preferentemente a las actividades excepcionales y representativas a fin de reducir costo y tiempo con la finalidad de aplicarlo a funciones estratégicas. Es necesario que en una empresa se utilice la estadística como un medio de control por excepción.
- ✓ **Función controlada:** El responsable de aplicar el control no debe estar involucrado con la actividad a controlar. La función controladora por ningún motivo debe comprender a la función controlada ya que el control pierde efectividad. (Münch Lourdes ,2014, p.127).

La administración es una ciencia que el humano ha utilizado desde su existencia, en algunas ocasiones de manera inconsciente y poco definida pero al paso del tiempo ha ido evolucionado y ha logrado tener un visión clara de lo que realmente es la administración; De esta manera ha ido adaptando técnicas que simplifiquen los trabajos, siempre buscando la optimización de los recursos, es por ello que para poder lograr que todos los elementos se coordinen para el logro de los objetivos es necesario tomar aspectos como la finalidad de la administración, principios administrativos y analizar cuáles técnicas fueron relevantes durante la evolución de la administración .

El proceso administrativo se considera el cerebro de todas las operaciones, un ejemplo seria este proyecto en el cual se planearon y evaluaron las posibles actividades a realizar y los posibles riesgos que pudieran tener, se organizó las actividades a realizar y la división del trabajo, se dirigió por que se

realizaron algunas tareas y por último se controló es decir se detectaron los posibles puntos de mejora. La combinación de las cuatro etapas es lo que hace que la administración sea dinámica y se puedan estar realizando de manera conjunta dos o más etapas

Capítulo II

Empresa

○ ANTECEDENTES

La palabra “empresa” proviene del latín emprenderé que significa iniciar alguna actividad. (Münch Lourdes,2014, p.187)

El hombre siempre ha trabajado para poder subsistir en la tierra, han surgido diferentes facetas a lo largo de los años, pero es hasta la edad media que se le nombra a empresa a toda aquella agrupación de hombres o personas que realizan algún producto o servicio con un fin lucrativo.

1.1 ÉPOCA PRIMITIVA

En la mayoría de los textos históricos se describe esta época como una era donde los hombres empezaron a trabajar en conjunto, ya había una división de trabajo por sexo y por edad, tenían un patriarca o bien un líder del grupo que decía donde establecerse, tenían una organización para poder realizar tarea como la caza de animales, el trabajo de la agricultura y posteriormente para almacenar la cosecha. Estas actividades ya reflejaban unas técnicas incipientes de comercialización empresarial

1.2 GRANDE CIVILIZACIONES (2150-500 A.C)

En esta época se logró un desarrollo significativo en la sociedad gracias a la organización la cual fue fundamental y los oriento a optimizar sus recursos y el trabajo. Algunas tareas como el intercambio, la construcción el comercio, ya juagan un papel importante durante esa época, no existía como tal alguien que se e denominara empresario, pero la actividad económica que existía ya era de gran magnitud aun que se desarrollaba de una manera más empírica administrativamente.

1.3 EDAD MEDIA (476 d.c – finales del siglo xv)

Durante estos años con el feudalismo y el gran avance que se tenía en el tema comercial, aparecieron los pequeños talleres denominados artesanales en los cuales trabajaban los maestros oficiales y aprendices, estos pequeños centros donde las personas laboraban era lo más parecida a las empresas.

1.4 EDAD MODERNA (SIGLO XV- XVIII) Revolución Industrial

Derivada de las acciones que marcaron la terminación en la edad media como lo fue la peste, las masacres entre otras, causo que la tierra bajara su valor y que la mano de obra fuera difícil de conseguir, es por ellos que los señores feudales tuvieron que tomar la decisión de contratar campesinos asalariados, en lo que corresponde al gobierno ya eran integrados por personas que recibían un salario al igual que ejercito el cual eran integrado por soldados que recibían una remuneración por su trabajo, fue entonces que surge un capitalismo comercia logrando renovar las artes las cultura, abriendo paso a un comercio moderno

1.5 Revolución Industrial

Al proceso de cambios económicos y sociales que se presentaron desde mediados del siglo xviii a mediados del siglo xix se le nombro revolución industrial. Dicho movimiento promovió la creación de las industrias y las empresas; y surgió en Inglaterra en el periodo comprendido de 1760 a 1830. La revolución industrial provoco profundos cambios en la sociedad. Las ciudades crecieron, el comercio se incrementó a gran escala y se establecieron múltiples empresas. Diversos inventos y descubrimientos proporcionaron el desarrollo industrial y consecuentemente cambios en los modos de producción.

El primer factor que origino la revolución industrial fue la innovación técnica en los campos textil, metalúrgico y minero, y la utilización de la maquinaria de vapor inventada por jemes watt en 1769, empleada en la manufactura de algodón y en lis altos hornos, y el gato hidráulico que forma facilito la producción y la mecanización. Las formas de energía que se utilizaron en esa época fueron el vapor, la

electricidad y el petróleo; el vapor en el transporte fue de singular importancia. En 1825 construyo en Inglaterra el primer ferrocarril y el primer motor para corriente alterna fue inventado en 1883. El motor sustituyo a la fuerza animal en todos los procesos productivos, lo que originó la producción en serie y la aparición de grandes fábricas, Es entonces cuando nace la filosofía de empresa a partir de factores como:

- ✓ El espíritu de libre empresa. Laissez faire (dejar de hacer) o liberalismos económicos. Esta filosofía se sustenta en las ideas del economista ingles Davis Ricardo y la economía escocés Adam Smith, autor de investigaciones sobre la naturaleza y la causa de la riqueza las naciones.
- ✓ Apoyo al pensamiento científico y la investigación.
- ✓ El desarrollo del capitalismo industrial.
- ✓ La especialización y la producción en serie.

La complejidad del trabajo requería de especialistas en administración empíricamente y manejaba todos los problemas de la organización. La administración se caracterizó por condiciones inadecuadas de trabajo tales como horarios excesivos y ambiente insalubre, entre otros y por ser de ese tipo coercitivo. (Münch Lourdes ,2014, p.188,189)

1.6 SIGLO XXI

Con la globalización de la economía, los avances tecnológicos, la competitividad y la creación de grandes bloques financieros aparecen nuevas formas de empresas como las globales, automatizadas, inteligentes, siempre orientadas hacia el cliente y a la conquista de los mercados mediante la calidad y la productividad. (Münch Lourdes ,2014, p189)

2. CONCEPTOS

Definiremos empresa como el lugar donde ejecutan y desarrollan la teorías, técnicas y enfoques de la administración y donde existe una coordinación entre el recurso humano para la creación de un productos o servicio que satisfaga la necesidad del consumidor.

Etimológicamente la palabra empresa surge del verbo emprender que significa llevar a buen éxito algún evento que previamente se ha organizado

Es la unidad productiva o de servicio que, constituida según aspectos prácticos o legales, se integra por recursos y se vale de la administración para lograr sus objetivos. (Fernández, 1991.p,65, citado por Candelas 2011)

Unidad económica dotada de capital (público, privado o mixto), en el que un grupo variable de personas trabajan, de forma coordinada y jerarquizada, en la producción o transformación de bienes, o en la organización de servicios; su fin es la obtención de un beneficio que reinvente o del que se apropia el capital. (Grijalbo,1998, p.65 citado por Candelas 2011)

Se denomina empresa al organismo social integrado por elementos humanos, técnicos y materiales cuyo objetivo natural y principal es la obtención de utilidades, o bien, la prestación de servicios a las comunidades, coordinados por un administrador que toma decisiones en forma oportuna para la consecución de los objetivos para los que fueron creadas. (CANDELAS 2011, p.54 citado por HERNÁNDEZ)

Con estas definiciones podemos decir que la empresa es aquella organización conformada por capital humano que es el encargado de implementar e instruir estrategias que impulsen a la organización a un crecimiento empresarial mayor, con el único fin de que el servicio o producto que ofrecen sea de gran utilidad para la sociedad. Así mismo podemos decir que la empresa es una generadora de empleos y tiene un papel importante en la economía de las familias del país.

2.1 IMPORTANCIA.

Podríamos decir que la importancia de las empresas tanto como para el sector público y el privado y para la sociedad en general, es la generación de empleos, el poder satisfacer las necesidades de la sociedad al producir bienes y servicios socialmente necesarios, el poder promover un desarrollo económico y social el cual impulse a la inversión tanto extranjera como local, un desarrollo de tecnologías, el entregar rendimiento a los inversores de las empresas y sobre todo el generar ingresos para el estado como lo es en la recaudación de impuestos.

Estos son ejes los cuales reflejan las importancias de la empresa en la sociedad

2.2 FINES DE LA EMPRESA

Las empresas persiguen un fin el cual es desempeñar todos los planes y programas dentro de la organización, tomando en cuenta los factores internos como externos que engloban a la empresa, para la fijación de objetivos y el cumplimiento de metas las cuales se trabajen en conjunto con el capital humano y se vean reflejados en un buen producto y sobre todo en utilizadas para la organización.

Reyes Ponce define en su libro Administración Moderna como ``la producción de bienes y servicios para un mercado´´. Este mismo autor también divide Empresas públicas y privadas es decir a cada una le otorga un fin, la privada: Busca la obtención de un beneficio económico mediante la satisfacción de alguna necesidad de orden general o social. La Pública: tiene como fin satisfacer una necesidad de carácter general o social con la que puede obtener beneficios.

2..3 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

Derivado de la alta competitividad en los negocios y los avances tecnológicos, científicos y económicos que existen se ha decidido calificar a las empresas por su tamaño, por su fin, por su posición en el mercado entre otras

✓ *Clasificación por su tamaño*

Para poder clasificar por su tamaño se debe tomar en cuenta el volumen de ventas, su producción, el personal con el que se cuenta y sobre todo el capital económico, unas veces analizados estos factores, de decide si la empresa es micro pequeña o grande

A continuación, se ilustrará la clasificación de las empresas de acuerdo con su número de empleados y su giro, estos datos fueron publicados por el Diario Oficial Le La Federación, 30 de diciembre de 2013, en México

TAMAÑO	INDUSTRIA	COMERCIO	SERVICIO
MICROEMPRESA	0-10 empleados	0-10 empleados	0-10 empleados
PEQUEÑA EMPRESA	11-50 empleados	11-30 empleados	10-50 empleados
MEDIANA EMPRESA	51-250 empleados	31-100 empleados	51-100 empleados
GRAN EMPRESA	251 empleados en adelante	101 empleados en adelante	101 empleados en adelante

Clasificación por su finalidad

- ✓ Privadas: En las empresas privadas el único fin es incrementar la utilidad de los inversionistas, dependiendo de dónde provengan los inversores estas van tomando una clasificación.
- ✓ Nacionales: Cuando los socios o inversionistas residen en México.
- ✓ Extranjeras y trasnacionales: Cuando los socios o inversionistas son de otro país, pero sus ganancias son reinvertidas en su país de origen.
- ✓ Multinacionales: Los inversionistas o el dinero procedente de estos perteneces a varios países
- ✓ Controladoras: Cuando los inversionistas o dueños operan varias empresas de diversos giros, pero no existe una relación entre ellas.
- ✓ Maquiladoras: Empresas que son encargadas de fabricar productos de diversas organizaciones, pero le dan marca al producto.
- ✓ Franquiciarias: Estas venden su marca, pero crean inversionistas independientes.
- ✓ Familiares. La mayoría del socio, directivos y de más perteneces a la familia.
- ✓ Públicas: esta organización su único fin es satisfacer las necesidades de la sociedad, proporcionando servicios a la comunidad, su capital proviene del Estado y pertenece al Estado.

Clasificación según el sector de actividad

- ✓ Empresa del sector primario: Son aquellas que obtienen la materia prima: Directamente de la naturaleza: caza, pesca, agricultura, ganadería, agua, minerales, petróleo, energía y eólica.

- ✓ Empresas del sector secundario: Son todas aquellas ya realizan un proceso de transformación de la materia prima. Por lo regular realizan actividades como la construcción, la óptica, la madera, la textil, entre otras.
- ✓ Empresas del sector terciario o de servicio: Su principal característica es realizar trabajos mediante capital humano ya sean físicos o intelectuales; dentro este sector destacan empresas como los bancos, seguros, comercio, transporte, hotelería, asesoría, educación, restaurantes entre otros.
- ✓ Empresas del sector cuaternario: Este sector está constituido por servicios considerados como intelectuales como las investigaciones, desarrollo, innovación. Otra de las industrias que destacan en este sector son las de alta tecnología, las TICS, las telecomunicaciones, ciencia, entre otras.

Clasificación de forma jurídica

- ✓ Sociedad en nombre colectivo: Es aquella que existe bajo una razón social y en la que todos los socios responden, de modo subsidiario ilimitada y solidariamente de las obligaciones sociales. La razón social se formará con el nombre de uno o más socios y cuando en ella no figuren todos, se añadirá la palabra "y compañía " u otras equivalentes, esto expuesto en el artículo 25 de la Ley General de Sociedades Mercantiles. (Candelas Hernández, Montero, García, García, García, 2011.p.58)
- ✓ Sociedad en comandita simple: Es la que existe bajo una razón social y se compone de uno o varios socios comanditos que responden, de una manera subsidiaria, imitada y solidariamente, de las obligaciones sociales, y de uno o varios comanditos que únicamente están obligados al pago de sus aportaciones, conforme al artículo 51 de la Ley General de Sociedades Mercantiles. (Candelas. Hernández, Montero, García, García, García, 2011.p.58)

- ✓ Sociedad de responsabilidad limitada: Se constituye entre socios que solamente están obligados al pago de sus aportaciones sin que las partes sociales puedan estar representadas por títulos negociables, a la orden o al aportador pues solo serán cedibles en los casos y con los requisitos que establece la ley como lo es en este caso el artículo 58 de la Ley General de Sociedades Mercantiles. (Candelas. Hernández, Montero, García, García, García,2011p.58)
- ✓ Sociedad anónima: Es la que existe bajo denominación y se compone exclusivamente de socios, cuya obligación se limita al pago de sus acciones, esto expuesto en el artículo 87 de la Ley General de Sociedades Mercantiles. (Candelas. Hernández, Montero, García, García, García,2011p.58)
- ✓ Sociedad comandita por acciones: Es la que se compone de uno o varios socios comanditos que responde de una manera subsidiaria ilimitada y solidariamente de las obligaciones sociales y de una o varios comanditos, que únicamente están obligados al pago de sus acciones, así lo expresa el artículo 207 de la Ley General de Sociedades Mercantiles. (candelas. Hernández, montero, García, García, García,2011, p.58)
- ✓ Sociedad cooperativa: se rige por la ley general de sociedades cooperativas. 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, conforme a las leyes generales de sociedades cooperativas. (Candelas. Hernández, Montero, García, García, García,2011, p.58)
- ✓ Estos son las clasificaciones de las sociedades mercantiles en México, las cuales son respaldadas jurídicamente por la Constitución, las personas deciden qué tipo de sociedad quieren ser, esto depende del acuerdo de sus socios, cuando elijan una dependerá y condicionarán sus acciones, obligaciones y derechos que tiene sobre ella.

Clasificación por sus tecnologías.

- ✓ Alta tecnología: Donde se llevan a cabo procesos robotizados, automatizados y sistemas de manufactura, también se consideran empresa de alta tecnología a las empresas que poseen una infraestructura tecnológica y operan conforme a un sistema electrónico.
- ✓ Mediana tecnología: Se pueda caracterizar porque sus procesos pueden ser mecanizados, aun que dependa de algunas condiciones.
- ✓ Tradicionales: Por lo regular estas empresas implementan una tecnología baja o muy simple.
- ✓ Artesanales: Es un proceso de producción el cual se lleva a cabo manualmente por una persona encargada.

2.4 ELEMENTOS DE LA EMPRESA.

Los elementos o recursos de las empresas son la vía para el desarrollo de planes y programas dentro de las organizaciones, su clasificación como elementos financieros, humanos materiales, tecnológicos, técnicos.

El éxito se verá reflejado cuando estos recursos se puedan combinar y coordinar para tener unos resultados.

1. Recursos materiales.

Materia prima: Son insumos y materiales los cuales son de suma importancia para la organización ya que con ellos se realizan los productos que la empresa comercializa, los insumos se deben caracterizar por su calidad y sobre todo por la puntualidad con la que llegan a la organización.

Planta y equipo: Será parte importante en la producción; La ubicación de la planta se deberá considerar para realizar la logística tanto de la llegada de las materiales primas como de la salida de los mismos, así como también los diferentes medios de transporte que el personal deberá tomar para poder llegar a

la fábrica; Prácticamente se debe de hacer estudio geográfico de dónde está ubicada la organización y cómo está diseñada dentro; es decir donde se encuentra el equipo que en este caso es la maquinaria y ver qué tipo o qué tan sofisticada se encuentra está, es por ello que estas dos van juntas para que exista la coordinación entre la operación de las máquinas y el capital humano.

2. Recursos humanos

Es el recurso más importante con el que cuentan las empresas para desempeñar los planes y programas plasmados en la organización y por ende los que llevan al cumplimiento de los objetivos

Es por ello que para poder desempeñarse dentro de una organización deben cumplir con algunas cualidades, competencias y con los conocimientos necesarios para poder desarrollar las funciones dentro del puesto, es decir que cumpla con lo que demanda el puesto ya sea una área ejecutiva, administrativa, técnica, directiva u otras que estén dentro del organigrama de la organización.

Se podrían categorizar algunos puestos de trabajo y darles una pequeña reseña del perfil que los caracteriza:

- ✓ Obreros: El trabajo que desempeñan es considerado como de esfuerzo físico, siempre están relacionados al desempeñar labores directamente con la producción del producto; se puede dividir a este grupo en dos, entre los clasificados y los no clasificados; los primeros serán aquellos que ya tiene una especialización en la realización del producto y los otro serán aquellos que están dispuestos a desempeñar cualquier función dependiendo de lo que el área demande.
- ✓ Empleados: Son aquellas personas que realizan trabajos intelectuales y que sus funciones incluyen tareas administrativas.

- ✓ Supervisores: Este tipo de colaboradores se caracterizan por desempeñar tareas de vigilancia, girar instrucciones en las áreas de producción y en algunas ocasiones también en el área administrativa.
- ✓ Técnicos: Este tipo se caracterizó por desempeñar actividades basadas en reglas y principios, utilizan la creatividad para la resolución de conflictos, sobre todo para la creación de productos o mejoras dentro de la organización.
- ✓ Ejecutivos: Es toda aquella persona que desempeña tareas de carácter intelectual y que por lo regular tiene personas a su disposición.

3. Recursos tecnológicos.

Se definirían como el conjunto de conocimientos, técnicas, procedimientos, y métodos de trabajo, los cuales se desarrollan dentro de la organización, los podríamos clasificar como equipo, operación, producto, sistemas informáticos, producción, patentes y marcas. Con estos se logra la optimización de los recursos por ende el incremento del trabajo. Permitirá que los colaboradores de la organización puedan desempeñar sus labores de una mejor manera.

Procedimientos: Son una serie de tareas expuestas las cuales están de forma cronológicamente en secuencia, y fijan como realizar una función.

Método: Una manera de desempeñar una actividad de una manera adecuada y en la cual se muestran la fijación del objetivo, lugar donde se llevará a cabo, tiempo, y cuando capital se requiere.

Organigrama: Es la representación gráfica de la estructura de una empresa

Formula: Modelo que contiene los términos en que se debe redactar un documento

Patente: Un documento expedido por el gobierno que acredita a la organización como dueña única del producto o técnica para la elaboración de un producto

Es importante conocer cuáles eran los conceptos que se tomaban en cuenta en años pasados para denominarlas empresas y ver como durante el paso del tiempo las empresas se fueron clasificando conforme al fin que persiguen, es por ello que cada organización debe saber el segmento al que pertenece es decir que tamaño tiene, con cuantos colaboradores cuenta, que finalidad tienen, cuáles son los objetivos que tiene la organización, clasificación jurídica a la que pertenece, saber las responsabilidades que se tienen como socio mayoritario o socio, también se debe saber si es una organización la cual pertenece a una franquicia o bien es nacional o internacional entre otra clasificaciones , otro aspecto a considerar es ver el tipo de tecnología que se utiliza dentro de la organización, es decir si un es una tecnología tradicional o de punta, los recursos materiales dentro de la organizaciones son una de las cosas que más pueden ser relevantes para el funcionamiento de ellas el cual se puede ver reflejado en la calidad y rentabilidad de los productos esto gracias a la planta, equipo y materias primas que la organización cuenta.

Consideramos esencial poder evaluar todos los conceptos anteriores para poder darle una mejor estructura a la organización y así tomar las mejores decisiones para ellos.

CAPÍTULO III

PROYECTO DE INVERSIÓN

1. CONCEPTO

Podríamos definir al proyecto como toda aquella actividad que tiene el propósito de realizar alguna actividad y contempla un plan de acción para poderse desarrollar de manera oportuna.

Es la unidad de inversión menor que se considera en la programación. Por lo general constituye un esquema coherente, desde el punto de vista técnico, ejecución se encomienda a un organismo público o privado, que puede llevarse a cabo con dependencia de otros proyectos. (Enciclopedia Contable Universal, Europea Americana S/F En, Hernández, Hernández, Hernández: 2005.p.3)

``Empleo productivo de bienes económicos, que da como resultado una magnitud de éstos mayor empleada`` (IBIDEMN s/f, citado por Hernández, 2005.p.3)

_Entonces nosotros definiríamos la inversión como aquella aportación económica que busca adquirir un valor tangible o intangible conforme pase el tiempo.

Proyecto de inversión: Es un conjunto de planes detallados, que se representan con el fin de aumentar la productividad de la empresa para incrementar las utilidades o la prestación de servicio, mediante el uso óptimo de fondos en un plazo razonable (Lawrence S/F En Hernández, Hernández, Hernández: 2005: 3)

El proyecto de inversión es una estructura que muestra detalladamente cuál es el fin único del proyecto así también como los instrumento, técnicas, métodos, tiempo y cuanto capital económico humano se requieren para poner en marcha en el proyecto financiero.

2. IMPORTANCIA

La inversión de un proyecto se da principalmente porque la persona desea obtener utilidades al implementarlo, pero también busca cubrir alguna necesidad de la sociedad, es por eso que cuando se está desarrollando un proyecto de inversión se tenga bien definido cuál será el producto con el cual entrarás al mercado, esto para ver cuál será el impacto que tendrá y valorar cuáles son las estrategias que se implementarán en el mercado, pero para poder diseñar esta estrategias es necesario definir cuál será nuestro mercado meta es decir quién será nuestro cliente y ahora si enfocarnos en cómo llegar a él.

Para poder ver la viabilidad del proyecto se debe hacer una estimación de cada uno de los costos que representa el realizar el producto o si es así el servicio, es por ello que ya una vez analizados los costos y gastos de la elaboración se deba realizar una estimación de la cantidad de productos que se pretende vender durante un periodo determinado el cual puede ser anual, mensual o trimestral. Una vez teniendo estos dos últimos resultados, se podrá valorar mediante una tabla de proyección cuáles serán las ventas que se tendrán en los próximos años, es decir ya se puede tener una tendencia de cuanto producto y en cuanto a la utilidad que arrojaran esas ventas.

Es por ello que para poder desarrollar un proyecto de inversión es necesario llevar a cabo el primer paso del proceso administrativo el cual es la planeación y en donde se les dará un análisis minucioso de toda la estructura del proyecto haciendo que con esto se disminuya el riesgo

3. ELEMENTOS DEL PROYECTO

- ✓ Estudio preliminar: Es clave en el desarrollo del proyecto ya que con este se busca investigar cuáles serían las amenazas que se podrían presentar y así mismo definir sólidamente cuál será la idea a desarrollar, para así limitar factores tanto económicos como de tiempo.
- ✓ Anteproyecto: Este es un estudio que se realiza previamente en cual se ve la factibilidad del proyecto, es decir se realizan estimaciones de tendencias del producto, analizando situaciones como oferta y demanda y se plasman datos estadísticos, también en este punto se hace una propuesta de cuánto dinero se desea invertir en el proyecto.
- ✓ Estudio de factibilidad: En este punto se presenta ya la integración de un proyecto, el cual contiene estudio de mercado, financiero, y el plan que se llevará a cabo, también contiene alternativas de los posibles problemas que se pudieran presentar durante el desarrollo del proyecto.
- ✓ Montaje y ejecución: Durante este paso se realiza un itinerario de las actividades que realizarán durante el desarrollo de las labores, este programa contiene diversas técnicas y planes que se deben desempeñar durante la ejecución tal como; los manuales de objetivos y políticas, diagramas de procesos y flujos, gráficas de Gantt, pronósticos y presupuesto.
- ✓ Funcionamiento normal: En esta etapa se utilizan indicadores de desempeño para evaluar la demanda que puede tener nuestro producto es decir cuanta aceptación está teniendo dentro del mercado donde lo pusimos o sea ver si ese si es nuestro cliente y consumidor, también dentro de este punto podemos factores esenciales para el éxito del proyecto como la materia prima, tecnologías y equipo que se requieren y que sea suficiente para poder atender la demanda
- ✓ Limitantes del proyecto: Las limitantes dentro del desempeño de proyecto pueden ser varios factores como; No contar con una infraestructura suficiente, tecnologías las cuales pueden ser

costosas o pueden presentar dificultades para importarlas, lo económico, ecológico, las políticas en desarrollo y por ultima la materia prima la cual puede escasear y aumentar su precio provocando que se eleve el precio sus productos.

- ✓ Conclusiones: Los proyectos deben tener una evaluación o bien en este caso la llamaremos conclusión en la cual se debe analizar minuciosamente si realmente el producto tuvo un impacto dentro de la sociedad y si se logró mejorar la calidad de vida de las personas tanto del consumido como del que lo colaborador que lo elaboro, evaluar si se tomaron aspectos culturales, políticos sociales, los cuales pudieron proyectar el producto o bien ver si alguno de eso factores influyo en darle mayor impulso o retener su crecimiento.

4. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico es una investigación en la cual se toman en cuenta aspectos como el capital humano que se requiere para empezar a operar, la ubicación de la organización, la maquinaria necesaria, los procedimientos, los diagramas de flujo, capacitaciones que se deben impartir, así como también los estándares de calidad que requiere el producto y la tecnología que se utilizara en él dentro de la fábrica, todos estos aspectos representan un costo por lo cual debe ser concentrado y contemplado para que la se pueda poner en marca la organización.

4.1 Elementos necesarios para realizar un estudio técnico.

- ✓ Físicos: En esta categoría se incluyen los activos físicos como instalaciones de fabricación, edificios, vehículos, maquinarias, sistema de puntos de ventas y redes de distribución. (Osterwalder Y Pigneur 2010 citado por Gómez, Urzúa, Herrera, Rodríguez s/f.p.36)
- ✓ Intelectuales: Estos recursos como marcas de información privada, patentes, derechos de autor, asociaciones y bases de datos de clientes son elementos que son cada vez más importantes en un negocio sólido. (Osterwalder Y Pigneur 2010 citado por Gómez, Urzúa, Herrera, Rodríguez S/F.p.36)

- ✓ Humanos: Todas las empresas necesitan recursos humanos, aunque en algunos modelos de negociación las personas son más importantes que en otros. En los ámbitos creativos y que requieren un alto nivel de conocimientos, los recursos humanos son vitales. (Osterwalder Y Pigneur 2010 En Gómez, Urzúa, Herrera, Rodríguez S/F.p.36)
- ✓ Económicos: Algún modelo de negocio requiere recursos o garantías económicas, como dinero en efectivo, líneas de crédito o una cartera de opciones sobre acciones, para contratar a empleados clave. (Osterwalder Y Pigneur 2010 citado por Gómez, Urzúa, Herrera, Rodríguez S/F.p.36)

1.. Especificaciones del producto.

En este apartado se muestra de que esta hecho el producto, cuanto mide, cuanto puede durar, sus antecedentes, en que presentaciones se ofrece, cuáles son las maquinarias con las que se realiza, cuál es el modelo de negocio que se pretende implementar, en el caso de los servicios se especifica cómo se realiza, los benéficos, los antecedentes, las limitaciones que te tiene el brindar el servicio, nos referimos a que tanta cobertura tiene el servicio por el pago.

La información recabada en el estudio de mercado es requerida por el estudio técnico ya que mediante ella se pueden obtener datos como; Qué es lo que espera el cliente de ti, como pretende el cliente que cubras su necesidad, y es ahí cuando la empresa encargada de fabricar el producto puede realizar adaptaciones a este para cumpla con lo que se demanda en el mercado.

Una vez realizadas la modificación que le futuro cliente recomendó y manifestó en el estudio de mercado, la organización debe fijar su producto conforme a lo que dice las reglas oficiales mexicanas, esto para operar conforme lo que dice la norma y no causar algún daño al consumidor.

2. Diagramas del proceso productivo:

Estos diagramas son la representación gráfica de todas las actividades que suceden en un proceso, la finalidad de estos es que los trabajadores puedan comprender e interpretar de una manera más simple las actividades que conlleva los procesos.

Los diagramas son una manera fácil de interpretar en ellos se expresa en que tiempo y donde comienza la actividad, el inicio es marcado por un flecha, para pasar al siguiente paso se coloca un cuadrado y dentro de él se expresa que actividad continua esto para darle una secuencia y seguimiento, en algunos caso se presenta una interrogante en la cual se debe tomar una decisión por lo regular es un ``SI`` o un ``NO``, cuando la respuesta es SI se continua el procesos de manera normal si la respuesta es No se toma en cuenta que es lo que hace falta, se trabaja en ello, una vez que ya se cumplieron los requisitos se retoma mediante el SI y al proceso se le da continuidad

4.2. Ubicación de la planta

Se deben analizar diferentes alternativas de ubicación del proyecto, esto para ver cual tiene mejores condiciones de infraestructura tanto la nave industrial como la condiciones que hay para llegar a ella, su objetivo es analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, buscando establecer un lugar que ofrezca los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtengan la máxima ganancia, o el mínimo costo unitario.

Se deben tomar dos factores para poder elegir la ubicación de la planta una pensando en un local y otra con un aspecto macroeconómico, Por ello que a continuación se mostraran los aspectos a considerar para cada uno.

Macro – Localización; consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto, en el país o en el espacio rural – urbano de alguna región

- Ubicación de los consumidores o usuarios

- Localización de materia prima y demás insumos
- Vías de comunicación y medios de transporte
- Infraestructura de servicios públicos
- Políticas, planes o programas de desarrollo
- Normas y regulaciones

Micro localización; es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en esta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.

- Disponibilidad y costo de recursos: mano de obra, materias primas, servicios de comunicaciones.
- Otros factores. Ubicación de la competencia, limitaciones tecnológicas y consideraciones ecológicas.
- Otros factores: ubicación de la competencia, limitaciones tecnológicas y consideraciones ecológicas.
- Costos de transporte de insumos y de productos.

1.Distribución de planta.

Tiene por objetivo realizar un croquis del interior de la planta en el que se muestre como está conformada la planta, es decir donde se encuentran sus accesos y salidas tanto del personal como de los móviles de carga, el almacén, la recepción, sala de juntas, producción, entre otros, la distribución de la planta tiene como objetivo minimizar el esfuerzo y mantener la seguridad de los trabajadores mediante la colocación estratégica de las maquinas lo que permite utilizar de mejor forma el espacio, haciéndolo más efectivo y optimizando la circulación del trabajo a través de la planta, se considera también reducir las distancias de la materia prima y maquinaria esto para que no esté expuesta a algún accidente y sea utilizado lo más antes posible.

A continuación, se muestra la metodología para la distribución de planta:

1. Conocer el volumen- capacidad productividad.
2. Conocer el proceso productivo-flujo de producción.
3. Relacionar operaciones y actividades.
4. Desarrollar- documenta el diagrama propuesta de diseño.
5. Relacionar necesidades- espacio disponible.
6. Evaluar posibles opciones para ejecutar el diseño.
7. Definir, ejecutar, poner a prueba.
8. Integrar aspectos de seguridad.

4.3 Maquinaria requerida

Las empresas deben de realizar un análisis de que maquinaria es la que necesitan para poder empezar a producir o bien para brindar el servicio, es por ello que se deben de una orden de requisición en la que se muestre la cantidad de máquinas que se requieren, así como también el modelo, el costo, la vida útil y los proveedores que pudieran contar con ella con el único fin de que sea lo más específico posible.

A continuación, mostraremos algunas recomendaciones que se deben tomar para la adquisición de maquinarias;

- Tener una relación escrita de los equipos con sus respectivas características (hoja de requisición).
- Solicitar cotizaciones por escrito.
- Evaluar precios y condiciones.
- Considerar dimensiones de los equipos acorde a los espacios de planta.

- La capacidad instalada que nos permite cuantificar la maquinaria requerida para cumplir con a la proyección de producción.

4.4. Capital humano que se requiere

El capital humano es algo indispensable para la operación de la organización, pero también es uno de los gastos mal altos que tienen las empresas, es por ello para evitar una nómina sobre poblada o bien un nomina deficiente, se debe realizar un análisis de cuantas áreas tengo y dentro de ellas cuanto personal requiero y analizar las actividades que se llevan a cabo ahí. Una vez analizados los puestos que requiero se hace una estimación en dinero real de cuál sería el sueldo y hacer un total de la que replantaría para la empresa.

A continuación, ilustraremos una tabla en al cual ejemplifica como se podría hacer el análisis de las personas que se requieren para una organización.

Cargo del colaborador	Número de puestos	Monto mensual por puesto	Monto mensual total
Directo	2	10,000	20,000
Jefe	2	7,000	14,000
Total de personal requerido	4	-	34,000

5. ESTUDIO DE MERCADO

El objetivo del estudio de mercado es recopilar información valiosa para la organización y la cual se pueda ser verídica, para así realizar una evaluación del posible éxito en el desempeño o fracaso que pueda tener las organizaciones.

Para el diseño del estudio de mercado se deben fijar objetivos, y ver qué información es la que se requiere adquirir para que se resuelvan dudas y se rediseñe el producto o servicio, por ello se toman en cuenta las 5 p de la mercadotecnia las cuales son base para la recolección de datos en este proceso,

se empieza por cuestionar al cliente sobre el producto, después sobre el precio, plaza es decir donde le gustaría encontrarlo, otro aspecto sería promoción es decir donde le gustaría al consumidor enterarse sobre nuestras ofertas o nuevos productos y para finalizar posventa en la que se le preguntara al cliente como podrían darle seguimiento a su compra es decir si le podríamos mandar algún correo para ofrecerle más productos o bien para ver la su experiencia como consumidor de cierto producto.

1. Objetivos de la investigación de mercado.

Objetivo social: el producto o servicio debe cumplir con lo que requiere el consumidor.

Objetivo económico: se diagnostica el éxito que puede tener el producto al introducirse en un mercado.

Objetivo administrativo: apoya el desarrollo potencial del negocio, mediante una planeación, organización y control de recursos, para cubrir la necesidad del mercado.

o Ventajas de la investigación de mercado

Se cuenta con información autentica y veras la cual fue recopilada directamente entre la relación del cliente y el empresario.

Es clave para la resolución de conflictos que puedan presentar en un futuro dentro de la organización.

Se identifica el mercado al cual se quiere llegar y analiza la magnitud del mismo para así evaluar la posible demanda y por su puesto la oferta.

Se plantea y se define un modelo de ventas idóneo para el producto, de acuerdo a los datos recabados por la investigación se obtiene datos específicos del cliente como información demográfica, gustos, hábitos, se detectan cuáles son los gustos de la sociedad y a que tendencia se dirigen.

- *Importancia del estudio de mercado*

- ✓ Se evitan gasto: se revisan y evalúan los resultados obtenidos y ahí se decide si es viable y seguir con el o no en caso de que los resultados fueran negativos de decide no seguir y no realizar más inversión.
- ✓ Las decisiones se tomas con datos reales del mercado.

Permite tener un conocimiento a la empresa de cómo será su operación en el lugar donde pretende establecerse.

- ✓ Ayuda a ver si realmente el producto está diseñado para para cubrir la necesidad de las personas.
- ✓ Se pueden diseñar o planear alternativas de acción.

6. ESTUDIO DE LA EMPRESA

6.1 Filosofía organizacional

La filosofía organizacional son un conjunto de valores que adopta la organización como parte de ella lo que conlleva a crear un compromiso social, que demuestre su profesionalismo como organización.

La filosofía organizacional es el conjunto de postulados, valores, creencias y compromisos que rigen la vida de la empresa y sus integrantes.

- ✓ *Misión*

La misión es la definición amplia del propósito de la empresa y la descripción del negocio o giro al que se dedica.

En ella las organizaciones plasman en un pequeño texto quienes son que los caracteriza, que los motiva a seguir y porqué están ahí o realizan ese producto o servicio.

Dentro de ella deben contener los siguientes elementos los cuales ayuden a tener una misión posicionada, debe ser amplia, motivadora, permanente, congruente, la combinación de estos nos ayudara a darle una identidad a la organización.

Ejemplo de misión de Ford; Mejorar continuamente nuestros productos y servicios a fin de satisfacer las necesidades de nuestro cliente, lo que nos permite prosperar como negocio y proporcionar utilidades razonables a nuestros accionistas quienes son propietarios de nuestro negocio.

✓ *Visión*

La visión es algo por lo que se debe trabajar en conjunto toda con la organización para lograr llegar a ella, la visión se plasmas como un sueño el que quieres lograr en unos años, pero por el cual debes trabajar, y para lograr eso se debe consolidar el rumbo de la organización para cumplirlo.

✓ *Valores*

Las organizaciones siempre buscan predicar valores con el objetivo de que la organización tenga una mejor armonía y se vea reflejado en el clima laboral, también son utilizados para transmitir un mensaje a sus clientes y proyectar un compromiso social y mostrar una ética organizacional.

✓ *Objetivos*

Los objetivos de las organizaciones deben estar ligados a la misión y visión de esto para que cuando se diseñen y proyecten se puedan cumplir con lo establecido en ellas.

Estos siempre buscan proyectar los resultados de las organizaciones, pero en ellos se toman en cuenta el tiempo específico que se requiere para lograrlo, por qué se prende lograrlo, y sobre todo ser los más específico posible en lo que se busca.

Deben reunir las siguientes características para que se lo mas preciso posible;

- ✓ Establecer a un tiempo específico.
- ✓ Determinarse cuantitativamente.

- ✓ Su redacción debe iniciar con un verbo en infinitivo

- ✓ *Estrategias*

En las estrategias se establece como lograr específicamente y de la mejor manera los objetivos. Por ello existen tantas estrategias como objetivos se planteen en una organización.

Se puede decir que las estrategias son las alternativas o cursos de acción que muestran los medios y recursos que deben emplearse para lograr los objetivos

- ✓ *Políticas*

Las políticas son lineamientos que auxilian el logro de objetivos y facilitan la toma de decisiones. La diferencia que existe entre una política y una regla es que las reglas son mandatos precisos que deben acatarse: Mientras las políticas son flexibles.

Prácticamente, las políticas son estatus los cuales invitan a los colaboradores a laborar conforme a ellos, por eso podemos decir que las políticas pueden ser un poco más flexibles a comparación de las reglas las cuales si se deben cumplir por si no se hace se considera una falta administrativa.

- ✓ *Programas*

Los programas son proyectados en un documento y son elaborados por expertos de la organización los cuales buscan que ahí se contengan todas la herramientas técnicas que se necesitan para poder cumplir los objetivos, es por ello que este contiene las serie de actividades que se desarrollaran en el periodo, el éxito que puede tener el programa radica en la jerarquización que se les da a las actividades dependiendo de su grado de importancia y sobre todo el establecimiento de una fecha de inicio y una de final.

- ✓ Lineamientos de los programas.
- ✓ Ordenar en secuencia cronológica las actividades.

- ✓ Interrelacionar las actividades. Es decir: determinar qué actividades deben realizar antes de otra: cuales actividades pueden efectuarse simultáneamente y, por último, que actividades deben llevarse a cabo.
- ✓ Asignar a cada actividad la unidad de tiempo de su duración, así como los recursos necesarios.
- ✓ Designar al responsable.
- ✓ En su formulación deben participar tanto el responsable del programa como aquellos que invertirán en el viaje.

(Münch Lourdes,2017, p.43)

✓ *Presupuesto*

Los presupuestos implican una estimación de capital, de los costos, de los ingresos y de las unidades o productos requeridos para lograr objetivos.

Los presupuestos se calculan de acuerdo con los pronósticos y datos numéricos de los resultados obtenidos con anterioridad en la empresa. En su elaboración deben participar los responsables de las áreas funcionales, los departamentos y secciones involucradas.

Jerarquización

La jerarquización es la estructura de la empresa, es un amañera de crear un vínculo de comunicación desde los niveles inferiores has los niveles superiores, en ella se muestran el grado de importancia que tiene cada puesto dentro de la organización, ahí se define el tipo de comunicación si es lineal funcional o staff.

Ventaja competitiva

La ventaja competitiva es aquel diferenciador que tú le agregas a tu producto haciéndolo único o de menos que se distinga de la competencia. Es por ello que para realizar un proyecto de inversión se deben considerar factores como este para saber si realmente este plus que le estas agregando a tu producto lograra atraer clientes por ende un posicionamiento en el mercado en el cual estas.

✓ *Descripción de puestos*

La descripción de puestos son elementos que utilizan las organizaciones para ver qué es lo que el puesto demanda, es decir especifica que perfil necesita llegar al puesto para que las áreas tengan un funcionamiento adecuado.

7. ESTUDIO FINANCIERO

Con el estado financiero se pretende hacer una proyección de todos los costos y gastos que se generan la organización, con ellos podemos saber en qué aparte del proceso de fabricación se generan más egreso de efectivo, así también mediante él puede saber realmente cual es la utilidad del ejercicio, de hecho, se pueden analizar tres resultados como lo es la utilidad bruta, la utilidad antes de impuesto por último la utilidad neta.

1.Elementos

1.1 Los gastos de administración

Son gastos que en su mayoría están relacionados con la operación de la empresa, entre los que destacan; nómina de los administrativos, telefonía, depreciaciones, amortizaciones, luz, telefonía.

1.2Gastos de venta:

Estos como su nombre los dice son gastos relacionados con tareas que promuevan la venta del producto entre los que destacan: publicidad, establecimientos de venta, insumos entre otros

Los gastos financieros: por lo regular son gastos que se generan cuando la organización solicita un préstamo con alguna institución bancaria o algún financiamiento.

2. Fuentes de financiamientos

Estos son los medios por los cuales alguna organización puede acceder a algún crédito bancario, esto con el único fin de que se alcancen las metas y objetivos establecidos previamente en el plan de la organización.

- ✓ Crédito comercial: endeudamiento con las cuentas por pagar.
- ✓ Crédito bancario: financiamiento a corto plazo que las empresas obtienen por medio de instituciones bancarias.
- ✓ Pagaré: son instrumentos negociables los cuales formulan una promesa de pago la cual queda confirmada por escrito, en la cual especifica la fecha del pago y se requiere el pago futuro.
- ✓ Línea de crédito: el dinero está disponible en el banco, la persona puede disponer del cuándo lo requiera.
- ✓ Papel comercial: consiste en pagarés no garantizados de grandes empresas que adquieren los bancos, las compañías de seguros, los fondos de pensiones y algunas empresas industriales que desean invertir a corto plazo (Gómez, Urzúa, Herrera, Rodríguez S/F.p.151)
- ✓ Cuentas por cobrar: la organización diseña una estrategia de cobro en la cual revisa todos sus deudores y es ahí cuando pone en marcha el plan de trabajo para obtener ese dinero el cual ya está registrado como venta, pero aún no ha ingresado a la empresa.

- ✓ Hipoteca: cuando la organización va un banco y realiza una hipoteca de alguna propiedad o bien del mismo terreno de la organización, esto por lo regular es un préstamo que se realiza a largo plazo.
- ✓ Acciones: la organización puede obtener dinero por la venta de acciones.
- ✓ Arrendamiento: este se obtiene cuando el dueño de algún terreno propiedad renta ese espacio o maquinaria a esa persona por un tiempo determinado.

Estos indicadores permiten a la organización medir o cuantificar el nivel de económico y financiero de la organización con las cuales se pueden tomar decisiones acertadas dentro de la organización.

3.Punto de equilibrio.

Es un instrumento financiero que permite a la organización ver y conocer los niveles de ventas los cuales cubren los costos, es decir son esto las organización fija un mínimo de ventas con el cual la empresa puede subsistir y cubrir todos sus gastos sin necesidad de endeudamiento ósea que queda parejo, no tiene perdidas pero tampoco utilidades del ejercicio, es por ello que la mayoría de las empresas proyecta sus ventas un poco más arriba del punto de equilibrio para generar una utilidad estimada y así realizar sus planes .

Pasos para definir el punto de equilibrio

- ✓ Se deben de definir los costos es decir se requiere que se separen los gastos de administración, de venta y/o financieros.
- ✓ Una vez definidos los costos se debe calcular el costo variable (CVU) el cual determina al dividir los costos variables totales entre el número de unidades producidas y vendidas (Q)

$$Pe = CF / (PVU - CVU)$$

Dónde: Punto de equilibrio (unidades a vender, en donde los ingresos sean iguales a los costos)

CF: costos Fijos

PVU: Precio de venta unitario

CVU: Costo variable unitario

(Gómez, Urzúa, Herrera, Rodríguez S/F.p. 157,158)

4. Flujo de efectivo

El flujo de efectivo o bien llamado flujo de caja, el cual se puede estimar de una manera sencilla se obtiene restando las entradas y salidas de efectivo que representan las actividades operativas de la organización.

El estado financiero se conforma las siguientes actividades:

- ✓ Actividades de operación: aquellas relacionadas con la producción o comercialización de los bienes, o la prestación de sus servicios
- ✓ Actividades de inversión: inversiones en activos fijos que la empresa efectúa
- ✓ Actividades de financiamiento: aquellas destinadas a la adquisición de recursos, que van desde las fuertes extremas de financiamiento hasta los propios socios

Los flujos de efectivo se calculan de la siguiente manera.

+ ingresos operativos (ventas)

- Gastos (costos de ventas + gastos generales operativos)

- Amortizaciones y depreciaciones

= utilidad antes de impuesto a las ganancias

+ Amortizaciones y depreciaciones (se suma de nuevo, gasto contable sin salida de efectivo)

- Inversión en capital de trabajo

- Inversiones en otros activos

- =Flujos de fondos operativos (FFO)

El proyecto de inversión es la columna vertebral de nuestro proyecto, consideramos que es la perfecta definición de planeación, en él podemos visualizar cuáles son las limitantes, especificaciones, que existen dentro de nuestro producto, así como también hacer una evaluación económica mediante estados financieros_z y analizar una posible pérdida o bien la rentabilidad del producto, otros aspecto importante dentro del proyecto de inversión es conocer cuáles son las necesidades que el cliente está demandando esto realizado mediante un estudio de mercado. Las combinaciones de todos los elementos dentro de este proyecto son importantes esto para ir blindando el proyecto que se pretende realizar por eso también se debe involucra un estudio técnico que nos permite contemplar dentro del presupuesto que maquinarias se van necesitar, el número de trabajadores que requiero, el lugar dónde se va situar la planta, el alcance que pueda tener la empresa entre otras cosas más, ya por último y

para darle una identidad a la organización se debe crear una filosofía organizacional la cual impulsará a los trabajadores y a la empresa a sentirse uno mismo, en ella se expresará la razón de ser de la organización, sus aspiraciones, sus políticas normas, planes y programas que se implementarán de la mano con todos los pasos anteriores, esto con el único fin de llevar a la organización a ser la mejor.

CAPÍTULO IV.

CASO PRACTICO

1. Empresa

Empresa fabricante de guitarras llamada CLASICA PARACHO situada en la meseta purépecha en la comunidad de Aranza, municipio de Paracho.

2. Problemática detectada

Debido a la contingencia sanitaria derivada del Covid 19, las micro y pequeñas empresas fabricantes de guitarras se han visto afectadas por la casi nula demanda de este producto, se cree que la demanda ha bajado debido a que sus clientes mayoristas situados principalmente en ciudades del país como; Guadalajara, CDMX, Querétaro, León entre otras, presentan altos contagios del virus, a consecuencia de esto la gente ha optado por quedarse en casa y realizar compras por internet considerándolas más seguras y casi con nula probabilidad de contagio, estas nuevas técnicas han llevado a estos comerciantes locales a quedar olvidados, lo que ha provocado que la mercancía quede estancada en las bodegas y no exista un flujo en ella lo que repercute a la producción del producto.

3. Objetivo

Diseñar una propuesta de proyecto de inversión para la creación de una tienda de guitarras virtual para una empresa de guitarras en Paracho Michoacán.

4. Objetivo específico

- Definir la estructura de una empresa comercializadora.
- La creación de una plataforma digital y utilización de las ya existentes.
- Analizar la viabilidad financiera del proyecto para la venta online.
- Realizar el estudio de mercado que nos profile a nuestros clientes potenciales.

5. Justificación

En el último año dado las circunstancias de la pandemia la venta de productos por internet a aumentado, mientras que por otro lado algunas fábricas han tenido que parar operaciones debido a la poca demanda de producto en este caso la industria de guitarras. Pero ¿Por qué han disminuido la demanda? Nuestra primera respuesta es que este tipo de empresarios se dedica a comercializar la guitarra de forma mayorista a diferentes micro y pequeños comercios los cuales están situados en la zona centro y occidente del país, si recordamos estas zonas ha sido de las más afectadas por la pandemia por ende ha llevado a miles de negocios a cerrar por completo.

En estos últimos días nos hemos dado a la tarea de adentrarnos en internet y buscar cuántas tiendas online existen; tras una búsqueda detallada por encontrar este producto los resultados fueron: una tienda virtual con diseño de página poco llamativo, las imágenes de baja calidad, los envíos costosos y poca confianza a la página por falta de reseñas, otro resultado obtenido fue venta de guitarras por la plataforma Mercado Libre en la cual se encontró baja calidad en las fotos, colores comunes, envíos tardíos .

La alternativa que nosotros ofrecemos es vender guitarras online, mediante la creación de nuestra propia marca para proyectar un concepto único y original siempre predicando los valores de la organización innovando en nuevos diseños y sobre todos ofrecer variedad de color y estilos , creemos que estos aspectos son claves para poder llegar a un público más diverso en el que se puedan incluir adultos desde los 18 años hasta los 60 y más, así mismo también escuelas de música que promuevan las artes, con respecto a la distribución y promoción utilizaremos nuestra propia plataforma digital, Mercado libre y Amazon con estas tres plataformas trabajaremos de manera coordinada para que el producto esté a tiempo con el cliente.

6. Alcances

Es una buena oportunidad para la empresa y las empresas de la región para implementar sus ventas mediante estas plataformas digitales en las cuales personas de todo el país podrán adquirir una guitarra clásica y recibirla en su casa en un lapso no mayor a 72 horas después de haber realizado su pedido.

7. Limitaciones

Los costos de lanzamiento y mantenimiento de una web pueden ser un poco excesivos por lo que lo consideramos una limitación, ya que en algunas ocasiones los dueños de las empresas no están dispuestos a abrir estos nuevos mercados.

8. Método de recolección de datos

- Observación, La observación es la técnica del método científico que deriva del contacto directo con los objetos, fenómenos o unidades de análisis que se desea investigar. Además, es una experiencia que puede ser casual o contingente, y en la experimentación se convierte en una actividad necesaria,
- Se utilizará un cuestionario el cual contendrá preguntas que nos ayude a identificar los tipos de clientes con los que contamos y de una u otra manera se reflejen sus preferencias.

9. Instrumento de recolección de datos

Estudio de mercado para el desarrollo de un proyecto de comercialización de guitarras.

10. Idea del proyecto

Comercialización de guitarras, especializada únicamente en ventas online utilizando diferentes plataformas digitales de alto alcance nacional como internacional, siempre optando por la mejor línea logística para que nuestro producto sea entregado en el menor tiempo posible.

11. Antecedentes

E-commerce es un sistema de venta que los últimos años ha tomado gran fuerza en el mercado nacional como internacional, por lo que hemos decidido comercializar guitarras de pino mediante estas plataformas digitales. La guitarra un instrumento musical que data de hace millones de años, pero a México llegó durante la conquista, fue poco después de la llegada de los españoles que un obispo llamado vasco de Quiroga que residía en la ciudad de Pátzcuaro Michoacán, fue el encargado de enseñar a los indígenas un oficio fue así como pobladores de Paracho Michoacán adoptaron la elaboración de este producto.

12. Beneficio social

Se busca impulsar las ventas de los pequeños y medianos fabricantes de guitarras de la región de Paracho. Nuestro único objetivo es lograr mejorar la calidad de vida de estas personas y darle un pago justo por el producto que elaboran, así mismo también tenemos la finalidad llevar estos instrumentos a cientos de ciudades de la república mexicana para que la práctica de este instrumento sean una alternativa para la reconstrucción de tejido social en el país.

13. Perfil del proyecto

El tipo de proyecto es comercial.

Actividades: Comercializamos guitarras, cuenta con más de 40 colores diferentes y personalización.

Origen del capital: Es un capital denominado privado, son dos socios ambos con 50% de las acciones. Por magnitud de tamaño:

Financiero 120,000 pesos.

Personal ocupado: 5 colaboradores.

Ventas: abarcamos un pequeño segmento del mercado online.

14. Perfil del cliente

Adultos con un rango de edad de 18 a 60 años y más años que están interesados en la adquisición de algún instrumento musical.

15. Competidores

Guitarras la española <https://www.guitarrasespanola.com/>

Tienda virtual <https://www.guitarrasdeparachomichacan.com/>

Mercado libre <https://www.mercadolibre.com.mx/>

16. Segmento de la población al cual se aplicará el cuestionario:

Pretendemos que nuestros cuestionarios sean contestados en su gran mayoría por personas que ya han adquirido uno de nuestros productos los cuales los consideraremos como nuestros clientes, otra parte del cuestionario se pretende que sea contestado por estudiantes universitarios de diversas instituciones del país, otros segmentos de nuestros cuestionarios serán contestados por un público en general y una última parte por turistas que visitan algunos puntos importantes de la ciudad de Uruapan. Pretendemos que los cuestionarios sean contestados personas que tengan una edad entre los 18 años de edad y los 65 y más.

17. Cuestionario

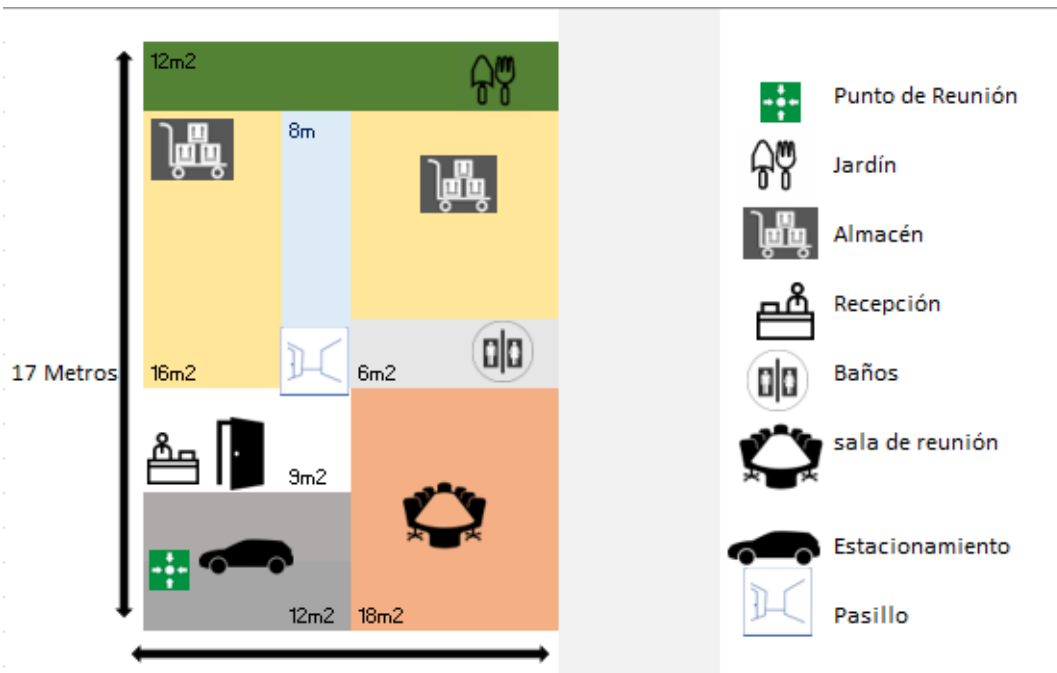
Responde cuidadosamente seleccionando únicamente una opción por pregunta.

1. Sexo
 - a) Masculino
 - b) Femenino
 - c) Prefiero no contestar
 2. Edad
 - a) 18 a 35 años
 - b) 36 a 50 años
 - c) 51 a 64 años
 - d) 65 y más
3. Ubica en qué zona se encuentra tu ciudad
- a) Norte: Baja California, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas
 - b) Norte-occidente: Baja California Sur, Sinaloa, Nayarit, Durango y Zacatecas
 - c) Centro-norte: Jalisco, Aguascalientes, Colima, Michoacán y San Luis Potosí.
 - d) Centro: Guanajuato, Querétaro, Hidalgo, Estado de México, Ciudad de México, Morelos, Tlaxcala y Puebla
 - e) Sur: Guerrero, Oaxaca, Chiapas, Veracruz, Tabasco, Campeche, Yucatán y Quintana Roo.
4. ¿Te gusta tocar guitarra?
 - a) Sí
 - b) No
 5. ¿Tienes conocimiento sobre algún instrumento musical? En caso de que la respuesta sea "Sí" especifica cuál.
 6. ¿Qué cualidades consideras que debe tener una guitarra?
 - a) Sonido
 - b) Ergonomía
 - c) Diseño
 - d) Otros
 7. En el diseño de una guitarra ¿Qué factor consideras atractivo?
 - a) Colores
 - b) Personalización
 - c) Diseño
 - d) Otros
 8. ¿Cuáles son los colores que consideras ideales para una guitarra?
 - a) Negro
 - b) Café
 - c) Natural
 - d) Azul
 - e) Otro
 9. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una guitarra original fabricado en el estado de Michoacán?
 - a) \$ 700 a 900 pesos
 - b) \$ 901 a 1300 pesos
 - c) \$ 1301 a 1800 pesos
 - d) \$ 1801 en adelante
 10. ¿Acostumbras a comprar con promociones online?
 - a) Si
 - b) No
 11. ¿Realizas compras en línea?
 - a) Si
 - b) No
 12. ¿Con qué frecuencia realizas compras online?
 - a) Una vez a la semana
 - b) Una vez al mes
 - c) Una vez al año
 - d) Dos veces al año
 13. ¿Cuál es la forma de pago que consideras más conveniente?
 - a) Tarjeta de crédito
 - b) Pay pal
 - c) Pago en tiendas (Oxxo Wal-Mart, farmacias del ahorro, etc.
 - d) Tarjeta de crédito
 14. ¿Cuánto tiempo estas dispuesto a esperar por tu producto?
 - a) 24 horas
 - b) 48 hora
 - c) 3 días
 - d) 5 días
 15. ¿Qué medio publicitario te parece el indicado para promover una tienda de guitarras?
 - a) Facebook
 - b) Instagram
 - c) Tiktok
 - d) Tv, Radio
 16. ¿Qué plataforma digital te causa más confianza al realizar una compra?
 - a) Amazon
 - b) Mercado libre
 - c) Web de la empresa
 17. Cuando compras un producto ¿Cuáles son los factores que consideras?
 - a) Forma de pago
 - b) Facilidades de pago
 - c) Seguridad de la web

5. Estudio Técnico

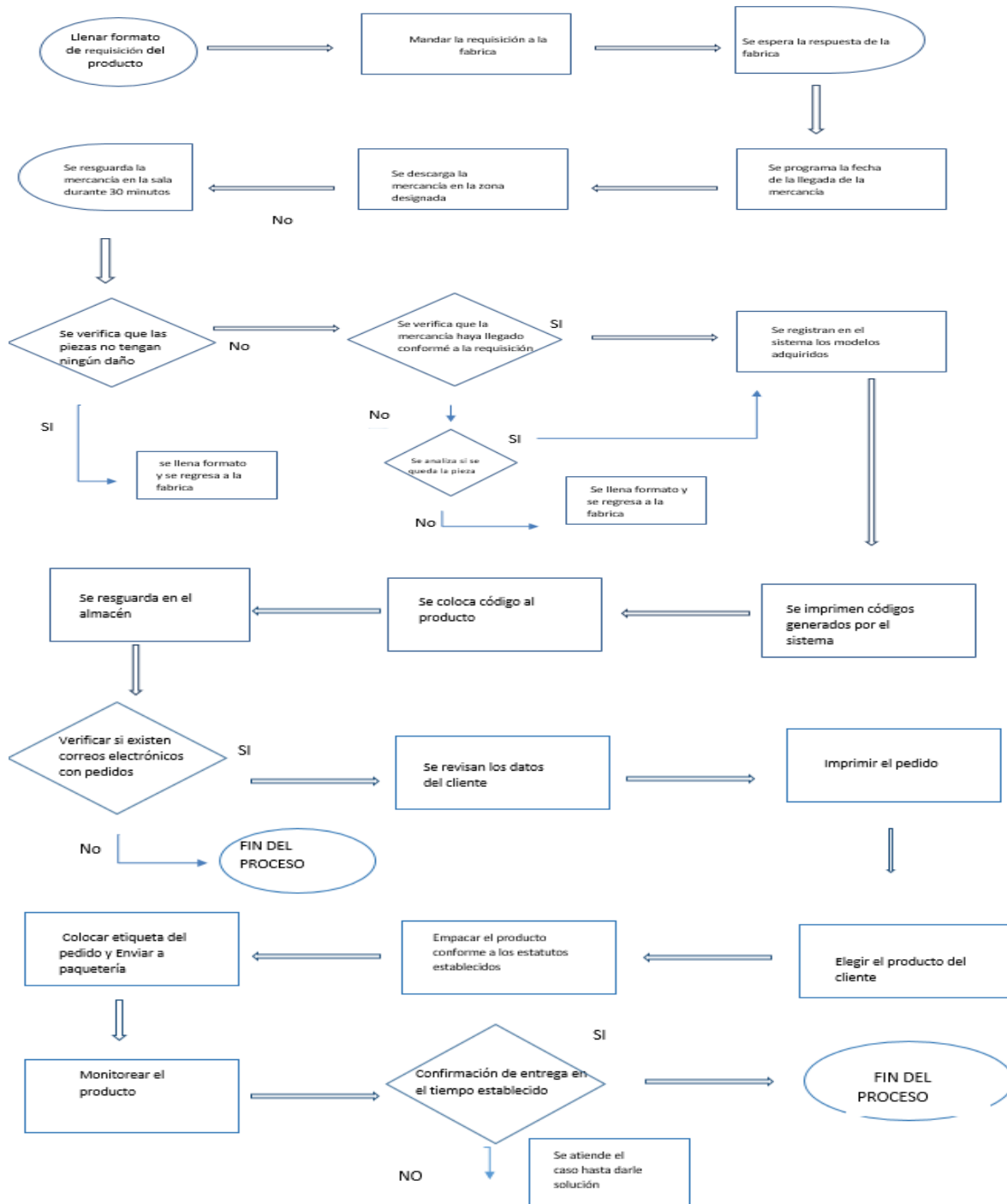
Criterios de evaluación	Uruapan	Paracho	León Gto
Localización de materias primas e insumos	El producto podría llegar con facilidad a nuestras bodegas, por la poca cercanía que existen entre el lugar donde se elaboran	El producto se encuentra especialmente en ese lugar	El traslado de los productos es muy costoso por lo que quedaría fuera del alcance de nosotros
Infraestructura de servicios públicos	Se cuenta con los servicios adecuados para operar el negocio como luz, internet, vías de comunicación accesibles para la llegada y distribución del producto en general hay condiciones adecuadas para empezar operar	Los servicios como el internet, telefonía y la luz están más susceptible a presentar deficiencias. La infraestructura carretera no es optima	Se cuenta con servicios adecuados para la operación de la empresa . la infraestructura es optima
Vías de comunicación y transporte	Cuenta con una ubicación clave la cual permite abrir rutas de distribución a todo el país con el cual se pueden utilizar trasportes carreteros, aéreo, ferroviario	Las carreteras para llegar a la comunidad son consideradas peligrosas.	Vías de comunicación optimas par la perfecta distribución que permite conectividad con grades autopistas del país
Poder adquisitivo	Medio alto	Bajo	ALTO

1. Distribución de planta



Criterios/ubicaciones	Av. Juárez No.17	Calle francisco villa No.74	Calle cantera, Fraccionamiento san José de la Mina
Costo/Renta	\$6500	\$8,500	\$4,000
Espacio m2	45m2	120m2	90M2
Movilidad social	Diverso	Diverso	Mínimo
Servicios de...	Básico	Básico	Básico
Estacionamiento...	N/A	N/A	2 autos
Internet..	Excelente	Básico	Excelente

2. Diagrama de procesos



3. Descripción de procesos

Proceso de adquisición de productos y comercialización del mismo

1. Llenar formato de requisición del producto.
2. Mandar el formato de requisición a la empresa.
3. Esperar la respuesta de la empresa.
4. Fijar fecha y hora en que el producto será entregado en la puerta uno de la empresa AIVG
5. Se descarga la mercancía en la zona designada.
6. Resguardar la mercancía en la sala de la oficina durante 30 minutos.
7. Se revisa que las piezas no tengan algún daño. Si la mercancía es tiene algún daño se separa del resto, inmediatamente se llena un formato de devolución para enviarla a la fábrica proveedora, Si la mercancía NO tiene ningún daño se continua con el paso 8.
8. Se verifica que la mercancía haya llegado conforme a la requisición que se envió a la empresa vendedora, Si la mercancía es diferente a la que se solicitó, el jefe del área evaluara si se queda para la comercialización o se regresa, si el jefe de área decide que se regresa se deberá llenar un formato de devolución en el cual se explique porque fue devuelta, si el jefe de área decide quedarse con ellas para su comercialización pasara al paso 9.
9. Se registran los modelos en el sistema local y de venta.
10. Se colocan los códigos en los productos.
11. Se resguarda la mercancía en el almacén el acomodo se realizará conforme a los estatutos establecidos por la empresa.
12. Se revisa la bandeja de correos electrónicos para ver si existe algún pedido. Si la respuesta es SI se continua con el paso 13, si la respuesta es NO se termina el proceso.
13. Se revisan los datos del comprador, se verifica el pago, así como también el producto que demanda.

14. Se imprimen la orden del pedido.
15. El encargado se dirige al almacén a elegir el producto que el cliente demanda.
16. Se empaca el producto conforme a los estatutos de empaque que la misma organización tiene.
17. En la parte frontal del pedido será colocada en forma de etiqueta la orden del pedido, una vez colocada se enviará a la paquetería correspondiente.
18. El producto será monitoreado mediante el número de orden que la empresa de paquetería proporciona.
19. La empresa deberá esperar la confirmación de entrega del producto, si la empresa no recibe la confirmación de entrega, el encargado de área deberá darle seguimiento al producto hasta que este sea resuelto una vez solucionado el inconveniente se dará fin al proceso, si la empresa si recibe la confirmación del producto podrá seguir con el paso número 20.
20. Fin del proceso.

4.Relación

AREA	Proceso Productivo
Logística y compras	<ul style="list-style-type: none"> • Son las encargadas de la compra de las guitarras con la fábrica productora • Se encargan de trasladar las guitarras de la fábrica productora a nuestras instalaciones • Se formulan los pedidos, se trasladana la paquetería pactada
Mercadotecnia	<ul style="list-style-type: none"> • Se encarga de difundir el producto en las redes sociales • Proyecta el producto mediante el usode las 5 P-s de mercadotecnia

inventario	
Piezas	Color
25	Personalizada
45	Negro
25	Café
25	Azul
35	Natural
25	Nortefña
180	

6.Descripción de puestos

Descripción de puestos			
Puesto.		Sexo.	Fecha.
Dirección.	Dirección General.	Indistinto.	13/06/22
Grado de escolaridad	Licenciatura en administración o contabilidad.		
Responsabilidad en la organización.	5 puesto directos.		
Resumen del puesto			
Finalidad.	Creación y seguimiento de los nuevos planes y programas de implementados en la organización así como también la correcta optimización de recurso financieros materiales y humanos.		
Descripción de las funciones específicas.	Optimización de los recursos financieros, humanos y materiales Registro y control de las ventas realizadas. Manejo de requisiciones Gestión de pagos Manejo de tics.		
Competencias.	Responsabilidad, trabajo en equipo, cooperación.		
Perfil del puesto.	Toma de decisiones Trabajo en equipo Negociación.		
Área de trabajo			
Disponibilidad de viaje.	Horas de trabajo.	Riesgo de trabajo.	Entorno laboral.
Si	8 horas ,sujetas a horas extras.	Bajo.	Oficina.

Descripción de puestos			
Puesto.	Jefe inmediato: Director General.	Sexo.	Fecha.
Jefatura.	Jefatura de finanzas y RRHH.	Indistinto.	13/06/22.
Grado de escolaridad.	Licenciatura en administración o contabilidad o relaciones industriales.		
Responsabilidad en la organización.	Cero puestos.		
Resumen del puesto			
Finalidad.	Llevar la parte contable de la organización, así como también la creación y seguimiento de estrategias financieras que ayuden a la organización a minimizar costos , búsqueda de nuevos talentos que impulsen a la empresa a ser cada día mejor.		
Descripción de las funciones específicas.	Elaboración de la situación financiera de la organización Manejo de tics Reclutamiento, selección, contratación y capacitación del personal.		
Competencias.	Responsabilidad, trabajo en equipo, cooperación.		
Perfil del puesto.	Toma de decisiones Trabajo en equipo Negociación Empatía social.		
Área de trabajo			
Disponibilidad de viaje.	Horas de trabajo.	Riesgo de trabajo.	Entorno laboral.
Si	8 horas ,sujetas horas extras.	Bajo.	Oficina.

Descripción de puestos			
Puesto	Jefe inmediato: Dirección General	Sexo	Fecha
Jefatura	Jefe de Mercadotecnia y ventas	Indistinto	13/06/22
Grado de escolaridad.	Licenciatura en administración o contabilidad.		
Responsabilidad en la organización.	2 puestos.		
Resumen del puesto			
Finalidad.	Promover las ventas de la organización mediante estrategias publicitarias en la web. Creación de vínculos con instituciones educativas o asociaciones civiles o bien clientes potenciales.		
Descripción de las funciones específicas.	Relaciones públicas Manejo de tics. Técnicas de negociación Toma de decisiones.		
Competencias.	Responsabilidad, trabajo en equipo, cooperación.		
Perfil del puesto.	Toma de decisiones. Trabajo en equipo Negociación Empatía social.		
Área de trabajo.			
Disponibilidad de viaje	Horas de trabajo.	Riesgo de trabajo.	Entorno laboral.
Si	8 horas ,sujetas a horas extras	Medio	Oficina y recintos de hospedaje.

Descripción de puestos			
Puesto	Jefe inmediato: Ventas y Mercadotecnia	Sexo	Fecha
Secretaria	Secretaria	FEMENINO	13/06/22
Grado de escolaridad	Preparatoria o carrera técnica.		
Responsabilidad en la organización	0 puesto		
Resumen del puesto			
Finalidad	Captación de datos de clientes, gestión de pedidos, organización de todos los pagos que se deben realizar el pago uso de los servicios básicos, así como también de todos los pedidos que se realicen. Ser el vínculo entre clientes y directivos para el pase de información.		
Descripción de las funciones específicas	Manejo de tics Manejo de información confidencial.		
Competencias	Responsabilidad, trabajo en equipo, cooperación.		
Perfil del puesto	Toma de decisionesNegociación Empatía social.		
Área de trabajo			
Disponibilidad de viaje	Horas de trabajo	Riesgo de trabajo	Entorno laboral
NO	8 horas ,sujetas horas extras	Bajo	Oficina

Descripción de puestos			
Puesto	Jefe inmediato: Ventas y Mercadotecnia	Sexo	Fecha
Cargador	Cargador	Masculino	13/06/22
Grado de escolaridad	Preparatoria		
Responsabilidad de puestos en la organización	Ninguno		
Resumen del puesto			
Finalidad	Descargar la mercancía de los contenedores así como también el cargar el productos en los móviles de paquearía.		
Descripción de las funciones específicas.	Cargar y Descargar los contenedores de tráiler.		
Competencias.	Responsabilidad, trabajo en equipo, cooperación.		
Perfil del puesto	Empatía social Colaborativo Proactivo Iniciativa.		
Área de trabajo			
Disponibilidad de viaje.	Horas de trabajo.	Riesgo de trabajo.	Entorno laboral.
SI	8 horas ,sujetas a horas extras	ALTO	Oficina

7. Planeación y organización

Perfil de la empresa y su clasificación de los aspectos legales: Grupo AIV está constituido por 2 socios inversionistas, las cuales los acreditan como socios mayoritarios, creando una persona moral con responsabilidades fiscales. Estas dos personas forman una sociedad anónima de capital variable, con base en los estatutos de la ley de sociedades mercantiles se dice que una S.A DE C.V de cumplir con los siguientes requisitos:

- Deben de ser al menos 2 accionistas en la empresa.
- Los accionistas pueden ser personas físicas o morales.
- Toda Sociedad Anónima deberá representar a una organización con fines de lucro.
- Será una empresa de capital social dividido en acciones.
- Aquí el órgano de mayor peso es la Asamblea de Accionistas, las cuales se dividen en ordinarias y extraordinarias, según el tema a tratar.

7.1 Clasificación de la empresa:

Es una micro empresa de giro comercial denominada como minoristas o detallistas; vende productos al menudeo o en pequeñas cantidades, al consumidor.

7.2 Misión

Somos una empresa comercial de guitarras enfocada principalmente en las ventas online, utilizando los canales de distribución adecuados para la disminución de costos y un tiempo óptimo de llegada.

7.3 Visión

Llevar la mayor cantidad de guitarras a niños y jóvenes del país, promoviendo las artes y la cultura.

7.4 Objetivos Generales

Creación de un sitio web en el cual se realizarán las ventas (de 0 a 160) ventas por mes, promocionando los productos en las diferentes plataformas digitales de alto alcance con la finalidad de entregar los productos a nuestros clientes en el tiempo requerida.

Aumentar nuestra publicidad en las Redes sociales, para así acaparar un mayor número de clientes, incrementándolo en un 20% en el 2022, logrando generar una mayor publicidad de ventas en nuestras Guitarras estilo clásica.

7.5 Objetivos Específicos

Realizar un estudio de mercado el cual nos genere la información necesaria para fortalecer nuestras estrategias de venta y así poder obtener un mayor alcance y definir nuestro nicho de mercado.

Generar ofertas y promociones a través de las redes sociales más utilizadas para atraer al público deseado.

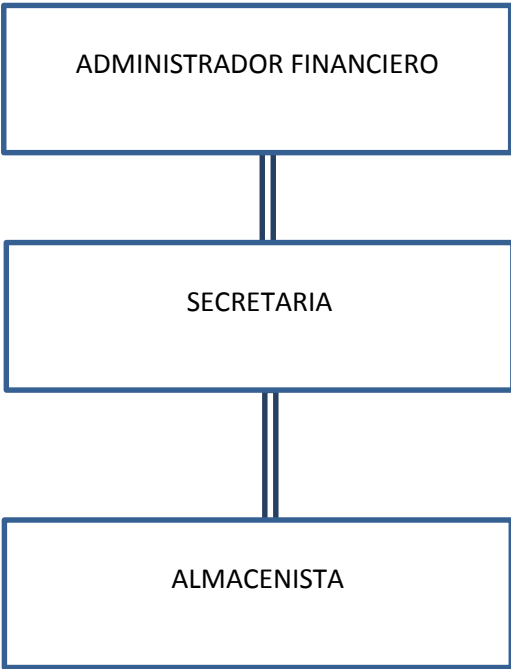
7.6 Valores

Honestidad: siempre buscamos el bien para todos.

Respeto: respetamos tu tiempo y tu inversión.

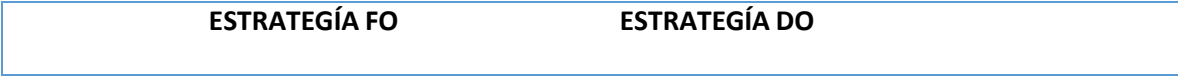
Tolerancias: sabemos que podemos tener errores, pero sabemos que podemos platicar y solucionar, estamos dispuestos a escucharte.

7.8 Organigrama



7.9 FODA.

7.10 ESTRATEGIAS



FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Utilizamos canales de distribución novedosos acorde a la demanda de nuestro mercado.</p> <p>Nuestro producto cuenta con el prestigio internacional de lo que representa un guitarra original del estado de Michoacán especialmente si son elaboradas en Paracho</p> <p>Utilizamos plataformas digitales las cuales nos permiten realizar exportaciones a dos de a Estados unidos y Canadá.</p>	<p>Facilidad para ingresar a varios mercados nacionales y así mismo internacionales.</p> <p>Posicionarnos en las ciudades más grandes del país las cuales son: CDMX, GDL, MTY, TIJUANA Y MAZATLÁN.</p> <p>Crear vínculos comerciales con instituciones de gobierno, asociaciones civiles, fundaciones, entre otros, los cuales demanden nuestro producto.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Existen empresas con mayor consolidación en el mercado que pueden hacer frente a las altas demandas del producto.</p> <p>Somos una empresa con poca solvencia económica.</p> <p>Carencia de cartera de clientes potenciales.</p>	<p>Creación de nuevos impuestos a la comercialización de productos online.</p> <p>Nuestro centro operativo se encuentra ubicado en la Ciudad de Uruapan, por lo que para su salida de la misma se cuenta con factores sociales, los cuales pueden afectar la llegada de nuestros productos a su destino.</p> <p>Alza en las materias primas por los conflictos políticos entre Ucrania y Rusia.</p> <p>Entrada de nuevos competidores a través de nuestra fuerza principal como son los canales de distribución (online).</p>

<p>Utilizaremos nuestros canales de distribución para poder obtener un mayor alcance en las ciudades, las cuales consideramos las más grandes del país, para cautivar y atraer nuevos clientes, mediante la presentación de nuestro producto artesanal. Siempre promoviendo nuestra historia, valores y el amor a la música.</p>	<p>Nuestro equipo de relaciones comerciales tendrá la encomienda de realizar la búsqueda de nuevos clientes potenciales mediante la visita a diferentes ciudades del país, llevando un plan de venta que impulse y promueva la música como una alternativa única para la reconstrucción social, lo cual ayude a que distintos empresarios y organizaciones gubernamentales y no gubernamentales estén interesados en adquirir nuestro producto.</p>
<p>ESTRATEGÍA FA</p>	<p>ESTRATEGÍA DA</p>
<p>Los permisos aduaneros con los que cuenta la empresa, permite tener una ventaja competitiva, la cual, hasta el momento ninguna empresa comercializadora de guitarras de la región cuenta con ellos, por lo que buscaremos acaparar un mayor nicho de mercado y así cubrir la demanda que se tiene en estos países.</p>	<p>Sabemos que existen competidores con un posicionamiento sólido en el mercado y que estos mismos pueden potencializar una tienda online mejor estructurada que la nuestra, pero somos la primera tienda online de guitarras que busca llevar un mensaje de paz y amor por la música, además ya tiene consolidado sus canales de distribución, así como un plan logístico que lleve el producto hasta su destino final.</p>

7.11 Plan de capacitación

Área	Tipo de capacitación	Capacitador y capacitación	Fecha – periodo	Puesto	Personas	Responsable	Costo estimado
Administración	Curso	IMSS, Seguridad e higiene	Enero 14, 4 horas	Dirección	1	Dirección General	Gratuito
			Enero 21, 4 horas	Jefaturas	2		
				Almacén	1		
				Secretaría	2		
Administración	Curso	Canacintra Uruapan Manejo de web y redes sociales	Marzo 11, 4 horas	Dirección	1	Dirección General	\$3,500
			Marzo 18, 4 horas	Jefaturas	2		
Administración	Taller	Cruz roja mexicana "Primeros auxilios"	Junio 10, 3 horas	Dirección	1	Dirección General	\$3,500
			Junio 17, 3 horas	Jefaturas	2		
				Almacén	1		
				Secretaría	1		
Ventas	Curso	Fundación Carlos Slim, capacítate para el empelo Atención al cliente y marketing	Agosto 12, 4 horas	Dirección	1	Dirección General	Gratuito
			Agosto 19, 4 horas	Jefaturas	2		
				Secretaria	1		
Ventas	Curso	Fundación Carlos Slim, capacítate para el empelo Exportaciones	Octubre 7, 4 horas	Jefatura de ventas	1	Dirección General	Gratuito
			Octubre 14, 4 horas Octubre 21, 4 horas	Dirección			
					1		

7.12 Formato Interno.

Folio:	Prestamos internos de la organización		Fecha de entrega
Nombre del colaborador :	Tiempo en la empresa:		
Sueldo base:	Cantidad solicitada:		
Interés:	Numero de Pagos :		
Tiempo :			
Numero de p	cantidad solicitada	Interés	Fecha de pagos
FIRMAS			
Director General		Colaborador	

7.13 Orden de venta

Orden de venta		
Articulo	Folio del articulo	Color
Nombre del comprador :		
Domicilio:		
Fecha de requisición	Fecha de envió	Fecha estimada de entrega
Numero de guía		Monto
Estafeta		Trasferencia
FedEx		Tarjeta de crédito
DHL		Mercado pago
Amazon		Tarjeta de debito
Local		Pago oxxo
Otros		Pay pal
		Deposito
Sello de Salida		

8. Estudio Financiero

1. Cedula de salarios

Salarios			
		Monto Mensual	Monto Anual
Administración Financiera	\$	12,000.00	\$ 144,000.00
Secretaria	\$	6,500.00	\$ 78,000.00
Almacenista	\$	6,600.00	\$ 79,200.00
Total	\$	25,100.00	\$ 301,200.00

Nota: Esta tabla muestra los salarios de los empleados con los que la organización cuenta, están expuestos de manera mensual y anual.

2. Numero De Guitarras Que Se Adquirirán Y Se Proyectarán Vender Por Mes

GUITARRAS TRASLADAS POR MES	180
GUITARRAS VENDIDAS POR MES	160

3. Cédula De Gastos Por El Traslado De Mercancías

Los gastos que se muestran en la tabla son los que realiza la organización al recoger su producto desde la ciudad de Uruapan a la comunidad de Aranza con una distancia de 43 kilómetros, estos están expuestos de manera unitaria por viaje y de manera mensual.

Gastos por el transporte de mercancía			
		costo unitario	consto mensual
Gasolina		350	7
Chofer		137.50	275.
Auxiliar		135.42	270.
comida		500	10
Total	\$	1,122.92	\$ 2,245.83

NOTA: La camioneta tiene una capacidad de carga de máxima 150 pieza por viaje, por lo tanto, se realizarán dos viajes al mes cada uno con una carga de 90 piezas dando un total de 180 piezas por mes.

4.cedula de gastos de venta y administración

Gastos de Venta y Administración Mensual						UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES COMPRADAS
Compras	Venta	%	Administración		Monto Mes		
Sueldos	6600.00	33%	18500.00	67%	25100.00	160	180
Renta del local	1000.00	25%	3000.00	75%	4000.00		
Internet	249.25	50%	249.25	50%	498.50		
Plataforma web	27200.00	100%	0.00		27200.00		
soporte Web	600.00	100%	0.00		600.00		
Seguro	450.00	50%	450.00	50%	900.00		
Luz	250.00	50%	250.00	50%	500.00		
Agua	58.00	50%	58.00	50%	116.00		
Gasolina	700.00	50%	700.00	50%	1400.00		
TOTAL	\$ 30,507.25		\$ 23,207.25		\$ 60,314.50		
Unitario	\$ 190.67		\$ 128.93				

NOTA: Los porcentajes representados en la tabla fueron utilizados para tener un reparto justo y equilibrado sobre los diferentes costos de estas áreas.

Las cantidades expuestas en esta tabla reflejan los gastos de venta y administración que la empresa realiza de manera mensual, el costo unitario de venta que se muestra en la parte inferior de tabla se obtuvo de dividiendo los \$35,507.25 pesos entre las 160 guitarras que se pretende vender, el gasto de administración se obtuvo dividiendo 23,207.25 entre las 180 guitarras que se compran de manera mensual.

5.Costo Unitario

Costo unitario	
Costo de compra	420
Gasto de compra	12.48
Compra total	432.48
Costo unitario	432.48
Gastos de operación Unitarios	
Gastos de venta	190.67
Gastos de Administración	128.93
Costo total de gastos de operación	319.60
COSTO TOTAL	752.08
Ganancia	447.92
Precio de venta	1200.00

En tabla que se ilustra e está conformada por el costo de compra de producto, los gastos de compra, los gastos de operación una vez considerados estos factores de manera unitaria se realiza la sumatoria y así se obtiene el costo total del producto el cual da un total de \$752.08 pesos por pieza, en lo que corresponde a la ganancia la obtenemos restando el precio de venta y el costo total por lo tanto tenemos una ganancia de \$447.92 pesos por guitarra, el precio de venta es de \$1200 pesos el cual fue establecido tras el análisis de estudio de mercado.

6.Relación entre maquinaria y equipo

T abla 1/2

Relación de Equipos -Maquinaria				
Cantidad	maquinaria-equipo	descripción	monto unidad	Total
2	Escritorio	Escritorio color blanco con dos cajones al costado con contornos negros, manijas color plata	\$ 6,000.00	\$ 12,000.00
8	Estantería	Estantería color gris dos niveles con barra en medio para colocar aproximadamente 35 piezas	\$ 3,500.00	\$ 28,000.00
1	Mesa	Mesa de madera color maguey con capacidad para 8 persona con dimensiones de 140x140x90	\$ 6,500.00	\$ 6,500.00
8	Sillas	Sillas de madera color maguey con respaldo y asiento de tela color camello, altura 93 cm, ancho 43 cm, largo 53 cm.	\$ 3,250.00	\$ 26,000.00
4	silla de oficina	Silla oficina con la estructura metálica color negro con respaldo y asiento achonados forrados en tela color negro mate	\$ 2,250.00	\$ 9,000.00
2	Computadora	All in One HP 22-dd0520la Intel Celeron J4025 4GB RAM 1TB DD, color blanca	\$ 10,900.00	\$ 21,800.00

Tabla 2/2

Relación de Equipos -Maquinaria				
Cantidad	maquinaria-equipo	descripción	monto unidad	Total
1	Lector de código barras	Hopewell MS 3580 - Lector de código barras, color negro 6.6 x 6.7 x10.8 cm	\$ 3,935.00	\$ 3,935.00
1	Impresora	BROTHER Multifuncional láser monocromático DCP-L2540DW B/N 30 ppm, color negro.	\$ 4,289.00	\$ 4,289.00
4	Cámara de seguridad	TP-Link Tapo C200, cámara Wii-Fi de seguridad con giro / inclinación, 1080p, audio bidireccional, control remoto. color blanco	\$ 674.00	\$ 2,696.00
1	Celular	SAMSUNG GALAXY A32 128 GB, Blanco	\$ 5,498.00	\$ 5,498.00
1	Camioneta	Camioneta Blanca Nissan modelo np 300 de redilas, modelo 2015	\$ 297,000.00	\$ 297,000.00

Nota: La relación de los equipos y maquinaria tienen un valor para la

7. Inventario Y Depreciaciones De Los Diferentes Activos De La Organización

MOBILIARIO Y EQUIPO			
Escritorio	2	\$	12,000.00
Estantería	8	\$	28,000.00
Mesa	1	\$	6,500.00
Sillas	8	\$	26,000.00
silla de oficina	4	\$	9,000.00
total		\$	81,500.00

TABLA DE DEPRECIACIÓN				
Años	Porcentaje	Monto	Valor	
			\$	81,500.00
1	10%	8150.00	\$	73,350.00
2	10%	7335.00	\$	66,015.00
3	10%	6601.50	\$	59,413.50
4	10%	5941.35	\$	53,472.15
5	10%	5347.22	\$	48,124.94
6	10%	4812.49	\$	43,312.44
7	10%	4331.24	\$	38,981.20
8	10%	3898.12	\$	35,083.08
9	10%	3508.31	\$	31,574.77
10	10%	3157.48	\$	28,417.29

Nota: el método utilizado para la depreciación de es un método fiscal

TABLA DE DEPRECIACIÓN				
Años	Porcentaje	Monto	Valor	
			\$	38,218.00
1	30%	\$ 11,465.40	\$	26,752.60
2	30%	\$ 8,025.78	\$	18,726.82
3	30%	\$ 5,618.05	\$	13,108.77
4	30%	\$ 3,932.63	\$	9,176.14

EQUIPO DE CÓMPUTO Y ELECTRÓNICO				
Computadora		2	\$	21,800.00
Lector de código barras		1	\$	3,935.00
Impresora		1	\$	4,289.00
Cámara de seguridad		4	\$	2,696.00
Celular		1	\$	5,498.00
Total			\$	38,218.00

Nota: el método utilizado para la depreciación de es un método fiscal.

EQUIPO DE TRASPORTE		
Camioneta	1	\$ 297,000.00

TABLA DE DEPRECIACIÓN			
Años	Porcentaje	Monto	Valor
			\$ 297,000.00
1	25%	\$ 74,250.00	\$ 222,750.00
2	25%	\$ 55,687.50	\$ 167,062.50
3	25%	\$ 41,765.63	\$ 125,296.88
4	25%	\$ 31,324.22	\$ 93,972.66

Nota: el método utilizado para la depreciación de es un método fiscal.

8.Financiamiento

	SALDO CAPITAL	PAGO CAPITAL	P. Int	Monto de pago	
1	\$250,000.00	\$9,406.51	\$2,187.50	\$11,594.00	\$240,593.49
1	\$240,593.49	\$9,488.82	\$2,105.19	\$11,594.01	\$231,104.67
1	\$231,104.67	\$9,571.84	\$2,022.17	\$11,594.01	\$221,532.83
1	\$221,532.83	\$9,655.60	\$1,938.41	\$11,594.01	\$211,877.23
1	\$211,877.23	\$9,740.08	\$1,853.93	\$11,594.01	\$202,137.14
1	\$202,137.14	\$9,825.31	\$1,768.70	\$11,594.01	\$192,311.83
1	\$192,311.83	\$9,911.28	\$1,682.73	\$11,594.01	\$182,400.55
1	\$182,400.55	\$9,998.01	\$1,596.00	\$11,594.01	\$172,402.55
1	\$172,402.55	\$10,085.49	\$1,508.52	\$11,594.01	\$162,317.06
1	\$162,317.06	\$10,173.74	\$1,420.27	\$11,594.01	\$152,143.32
1	\$152,143.32	\$10,262.76	\$1,331.25	\$11,594.01	\$141,880.57
1	\$141,880.57	\$10,352.56	\$1,241.45	\$11,594.01	\$131,528.01
2	\$131,528.01	\$10,443.14	\$1,150.87	\$11,594.01	\$121,084.87
2	\$121,084.87	\$10,534.52	\$1,059.49	\$11,594.01	\$110,550.35
2	\$110,550.35	\$10,626.69	\$967.32	\$11,594.01	\$99,923.66
2	\$99,923.66	\$10,719.68	\$874.33	\$11,594.01	\$89,203.98
2	\$89,203.98	\$10,813.48	\$780.53	\$11,594.01	\$78,390.50
2	\$78,390.50	\$10,908.09	\$685.92	\$11,594.01	\$67,482.41
2	\$67,482.41	\$11,003.54	\$590.47	\$11,594.01	\$56,478.87
2	\$56,478.87	\$11,099.82	\$494.19	\$11,594.01	\$45,379.05
2	\$45,379.05	\$11,196.94	\$397.07	\$11,594.01	\$34,182.11
2	\$34,182.11	\$11,294.92	\$299.09	\$11,594.01	\$22,887.19
2	\$22,887.19	\$11,393.75	\$200.26	\$11,594.01	\$11,493.44
2	\$11,493.44	\$11,493.44	\$100.57	\$11,594.01	\$0.00

Monto fijo mensual: 11,594.01 Plazo: 24 Meses

Nota: Para realización de esta tabla se tomó como base el simulador de Nacional Financiera, con un interés de 10.50% mensual fijado por el Banco de México en enero del 2023.

Se solicitó un crédito por la cantidad de \$250,000.00, a un plazo de 2 años y vas a realizar pagos mensuales a una tasa de interés de 10.5%, el costo financiero del crédito es de \$28,256

9.Estados De Resultados De 2023 -2026

ESTADO DE RESULTADOS ANUAL 2023

VENTA	\$	2,304,000.00
COSTOS	\$	830,355.56
UTIL. BRUTA	\$	1,473,644.44
GTO. VENTA		
Fijo	\$	366,087.00
Variable	\$	82,400.00
GTO. ADMON		
Fijo	\$	278,487.00
Variable	\$	11,465.40
UTIL. DE OPERACION	\$	735,205.04
PRODUCTO FINANCIERO		
GTO. FINANCIERO (CREDITO)	\$	20,656.12
UTIL. ANTES IMPTO.	\$	714,548.92
ISR 30%	\$	214,364.68
PTU 10%	\$	71,454.89
UTILIDAD NETA	\$	428,729.35

Año Base

Estado de Resultados Anual 2024

VENTA	\$	2,465,280.00
COSTOS	\$	871,873.33
UTIL. BRUTA	\$	1,593,406.67
GTO. VENTA		
Fijo	\$	384,391.35
Variable	\$	63,022.50
GTO. ADMON		
Fijo	\$	292,411.35
Variable	\$	5,618.05
UTIL. DE OPERACION	\$	847,963.42
PRODUCTO FINANCIERO		
GTO. FINANCIERO (CREDITO)	\$	7,600.11
UTIL. ANTES IMPTO.	\$	840,363.31
ISR 30%	\$	252,108.99
PTU 10%	\$	84,036.33

Nota: En el estado de resultados 2024 se tomarán en cuenta factor inflacionario con un porcentaje anual 5% y crecimiento del 7% PIB en el país

ESTADO DE RESULTADOS 2025

VENTA	\$	2,637,849.60
COSTOS	\$	919,826.37
UTIL. BRUTA	\$	1,718,023.23
GTO. VENTA		
Fijo	\$	405,532.87
Variable	\$	48,367.13
GTO. ADMON		
Fijo		308493.9743
Variable	\$	5,618.05
UTIL. DE OPERACION	\$	950,011.21
PRODUCTO FINANCIERO	\$	-
GTO. FINANCIERO (CREDITO)	\$	-
UTIL. ANTES IMPTO.	\$	1,003,996.38
ISR 30%	\$	301,198.92
PTU 10%	\$	100,399.64
UTILIDAD NETA	\$	602,397.83

Nota: En el estado de resultados 2025 se tomarán en cuenta factor inflacionario con un porcentaje anual 5.8 % y crecimiento del 4.2 % PIB en el país.

ESTADO DE RESULTADOS 2026

VENTA	\$	2,848,877.57
COSTOS	\$	982,374.56
UTIL. BRUTA	\$	1,866,503.01
GTO. VENTA		
Fijo	\$	433,109.11
variable	\$	37,265.57
GTO. ADMON		
Fijo	\$	329,471.56
variable	\$	3,932.63
UTIL. DE OPERACION	\$	1,062,724.13
PRODUCTO FINANCIERO		-
GTO. FINANCIERO (CREDITO)	\$	-
UTIL. ANTES IMPTO.	\$	1,062,724.13
ISR 30%	\$	318,817.24
PTU 10%	\$	106,272.41
UTILIDAD NETA	\$	637,634.48

Nota: En el estado de resultados 2026 se tomarán en cuenta factor inflacionario con un porcentaje anual 6 % y crecimiento del 4.4% PIB en el país

10. Balances Generales 2023-2026

BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE 2023

ACTIVO CIRCULANTE		PASIVO CIRCULANTE	
BANCOS	\$ 2,014.32	PROVEEDORES	\$ 24,000.00
INVENTARIOS	24,000.00	ACREDORES DIVERSOS	\$ 139,128.12
CLIENTES	\$ 806,400.00	IMPUESTOS POR PAGAR	\$ 285,819.57
TOTAL CIRCULANTE	832,414.32	TOTAL PASIVO CIRCULANTE	\$ 448,947.69
EQUIPO DE TRANSPORTE	297,000.00		
DEPRECIACIONES acumulada	74,250.00	CAPITAL	277,589.88
MOBILIARIO	81,500.00	UTILIDAD	\$ 428,729.35
DEPRECIACIONES	8,150.00	TOTAL CAPITAL CONTABLE	706,319.23
EQUIPO ELECTR	38,218.00		
DEPRECIACIONES	11,465.40		
TOTAL ACTIVO NO CIRCULANTE	322,853		
ACTIVO TOTAL	\$ 1,155,266.92	PASIVO + CAPITAL	\$ 1,155,266.92

Año Base

BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE 2024

ACTIVO CIRCULANTE		PASIVO CIRCULANTE	
BANCOS	\$ 107,928.13	PROVEEDORES	\$ 25,200.00
INVENTARIOS	25,680.00	ACREDORES DIVERSOS	\$ -
CLIENTES	\$ 896,868.86	IMPUESTOS POR PAGAR	\$ 336,145.32
TOTAL CIRCULANTE	1,030,477.00	TOTAL PASIVO CIRCULANTE	\$ 361,345.32
EQUIPO DE TRANSPORTE	297,000.00		
DEPRECIACIONES acumulada	129,937.50	CAPITAL	416,718.00
MOBILIARIO	81,500.00	UTILIDAD	\$ 504,217.99
DEPRECIACIONES	15,485.00	TOTAL CAPITAL CONTABLE	920,935.99
EQUIPO ELECTR	38,218.00		
DEPRECIACIONES	19,491.18		
TOTAL ACTIVO NO CIRCULANTE	251,804		
ACTIVO TOTAL	\$ 1,282,281.31	PASIVO + CAPITAL	\$ 1,282,281.31

Nota: En 2024 se tomarán en cuenta factor inflacionario con un porcentaje anual 5% y crecimiento del 7% PIB en el país.

BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE 2025

ACTIVO CIRCULANTE		PASIVO CIRCULANTE	
BANCOS	\$ 271,774.88	PROVEEDORES	\$ 25,320.00
INVENTARIOS	25,320.00	ACREDORES DIVERSOS	\$ -
CLIENTES	\$ 923,247.36	IMPUESTOS POR PAGAR	\$ 401,598.55
TOTAL CIRCULANTE		TOTAL PASIVO CIRCULANTE	\$ 426,918.55
EQUIPO DE TRANSPORTE	297,000.00	CAPITAL	416,718.00
DEPRECIACIONES acumulada	171,703.13	UTILIDAD	\$ 602,397.83
MOBILIARIO	81,500.00	TOTAL CAPITAL CONTABLE	<u>1,019,115.83</u>
DEPRECIACIONES	- 5,786.50		
EQUIPO ELECTR	38,218.00		
DEPRECIACIONES	25,109.23		
TOTAL ACTIVO NO CIRCULANTE	<u>225,692</u>		
ACTIVO TOTAL	\$ 1,446,034.39	PASIVO + CAPITAL	\$ 1,446,034.38

Nota: En el estado de resultados 2025 se tomarán en cuenta factor inflacionario con un porcentaje anual 5.8 % y crecimiento del 4.2 % PIB en el país.

BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE 2026

ACTIVO CIRCULANTE		PASIVO CIRCULANTE	
BANCOS	\$ 302,495.24	PROVEEDORES	\$ 25,632.00
INVENTARIOS	25,920.00	ACREDORES DIVERSOS	\$ -
CLIENTES	\$ 997,107.15	IMPUESTOS POR PAGAR	\$ 425,089.65
TOTAL CIRCULANTE		TOTAL PASIVO CIRCULANTE	\$ 450,721.65
EQUIPO DE TRANSPORTE	297,000.00	CAPITAL	416,718.00
DEPRECIACIONES acumulada	203,027.34	UTILIDAD	\$ 637,634.48
MOBILIARIO	81,500.00	TOTAL CAPITAL CONTABLE	<u>1,054,352.48</u>
DEPRECIACIONES	28,027.85		
EQUIPO ELECTR	38,218.00		
DEPRECIACIONES	6,111.06		
TOTAL ACTIVO NO CIRCULANTE	<u>179,552</u>		
ACTIVO TOTAL	\$ 1,505,074.14	PASIVO + CAPITAL	\$ 1,505,074.13

Nota: En 2026 se tomarán en cuenta factor inflacionario con un porcentaje anual 6 % y crecimiento del 4.4% PIB en el país

11. Proyección financiera 2023-2026

	2023	2024	2025	2026
VENTA	\$ 2,304,000.00	\$ 2,465,280.00	\$ 2,637,849.60	\$ 2,848,877.57
COSTOS	\$ 830,355.56	\$ 871,873.33	\$ 919,826.37	\$ 982,374.56
UTIL. BRUTA	\$ 1,473,644.44	\$ 1,593,406.67	\$ 1,718,023.23	\$ 1,866,503.01
GTO. VENTA				
Fijo	\$ 366,087.00	\$ 384,391.35	\$ 405,532.87	\$ 433,109.11
Variable	\$ 82,400.00	\$ 63,022.50	\$ 48,367.13	\$ 37,265.57
GTO. ADMON				
Fijo	\$ 278,487.00	\$ 292,411.35	\$ 308,493.97	\$ 329,471.56
Variable	\$ 11,465.40	\$ 5,618.05	\$ 5,618.05	\$ 3,932.63
UTIL. DE OPERACIÓN	\$ 735,205.04	\$ 847,963.42	\$ 950,011.21	\$ 1,062,724.13
PRODUCTO FINANCIERO				
GTO. FINANCIERO (CREDITO)	\$ 20,656.12	\$ 7,600.11	\$ -	\$ -
UTIL. ANTES IMPTO.	\$ 714,548.92	\$ 840,363.31	\$ 1,003,996.38	\$ 1,062,724.13
ISR 30%	\$ 214,364.68	\$ 252,108.99	\$ 301,198.92	\$ 318,817.24
PTU 10%	\$ 71,454.89	\$ 84,036.33	\$ 100,399.64	\$ 106,272.41
UTILIDAD NETA	\$ 428,729.35	\$ 504,217.99	\$ 602,397.83	\$ 637,634.48

12. Valor presente, Tir, Pri.

Inversión \$527,589.88

Plazo: 4 años

Flujos \$ 428729.35

Tasa: 14.33%

AÑOS	0	1	2	3	4
		\$428,729.35	\$504,217.99	\$602,397.83	\$637,634.48
VP	-\$527,589.88	\$374,992.88	\$385,742.89	\$403,090.71	\$373,190.84

VPN \$ 1,009,427.44

Nuestro valor presente neto en la empresa es positivo lo que nos dice que nuestro proyecto es viable.

TIR: 85%. Nuestra TIR es aceptable ya que su rentabilidad es superior a cero en este caso del 85% .

PRI: EL periodo de recuperación de la inversión es de 1 año 3 meses y 13 días.

El periodo de recuperación de la inversión es a mediano plazo es decir que el dinero invertido por lo socios será recuperado en un año 3 meses y trece días lo que un indica un periodo corto y con un panorama alentador para que se realicen inversión.

13. Punto De Equilibrio 2023-2026

P. $E=CP/P-CV$

CF: Costo fijo

CF: Costo Fijo

P: Precio Unitario

CV: Costo variable unitarios

PUNTO DE EQUILIBRIO 2023		
costo fijo	\$	644,574.00
costo variable Unitario	\$	48.89
Precio de Venta		1200.00
PE en Unidades		560.0

PUNTO DE EQUILIBRIO 2024		
costo fijo	\$	676,802.70
costo variable Unitario	\$	35.75
Precio de Venta		1200.00
PE		581

PUNTO DE EQUILIBRIO 2025		
costo fijo	\$	714,026.85
costo variable Unitario	\$	28.12
Precio de Venta		1200.00
PE		609.299

PUNTO DE EQUILIBRIO 2026		
costo fijo	\$	762,580.67
costo variable Unitario	\$	21.46
Precio de Venta		1200.00
PE		647.054

14. Porcientos integrales

PORCIENTOS INTEGRALES APLICADOS A BALANCE GENERAL 2023

BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE 2023

ACTIVO CIRCULANTE		
BANCOS	\$ 2,014.32	0.17%
INVENTARIOS	\$ 24,000.00	2%
CLIENTES	\$ 806,400.00	70%
TOTAL CIRCULANTE	\$ 832,414.32	
EQUIPO DE TRANSPORTE	\$ 297,000.00	19%
DEPRECIACIONES Acumuladas	\$ 74,250.00	
MOBILIARIO	\$ 81,500.00	6%
DEPRECIACIONES	\$ 8,150.00	
EQUIPO ELECTR	\$ 38,218.00	2%
DEPRECIACIONES	\$ 11,465.40	
TOTAL ACTIVO NO CIRCULANTE	\$ 322,852.60	28%
ACTIVO TOTAL	\$ 1,155,266.92	100%
PASIVO CIRCULANTE		
PROVEEDORES	\$ 24,000.00	2%
ACREEDORES DIVERSOS	\$ 139,128.12	12%
IMPUESTOS POR PAGAR	\$ 285,819.57	25%
TOTAL PASIVO CIRCULANTE	\$ 448,947.69	
CAPITAL	\$ 277,589.88	24%
UTILIDAD	\$ 428,729.35	37%
TOTAL CAPITAL CONTABLE	\$ 706,319.23	
Total pasivo capital	\$ 1,155,266.92	100%

Bancos: 0.17%

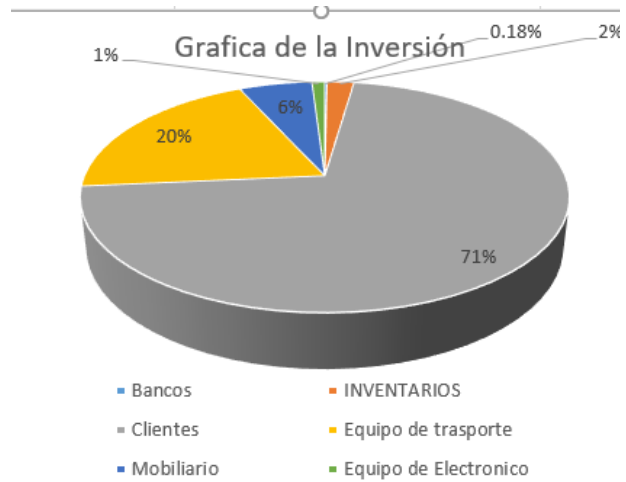
Inventarios: 2%

cliente: 70%

Equipo de Transporte: 19%

Mobiliario: 6%

Equipo de electrónico: 2%



El 0.17% de los activos de la organización se encuentra invertidos en bancos, consideramos que es un porcentaje un poco bajo pero positivo porque existe un dinero con cuela puede disponer inmediatamente para afrontar algún problema.

El 2% corresponde a los activos de inventario es decir 2 centavo de cada peso que tiene la organización

El 70% de los activos o mejor dicho 70 centavos de cada peso con el que cuenta la organización corresponde a los clientes esto se origina por que la plataforma digital tiene políticas de pago para el proveedor por lo que hace que gran cantidad de las ventas que se realizan sean a crédito.

El 19% de los activos o bien 19 centavos por cada peso que tiene la empresa corresponde al que equipo de movilidad con el cual cuenta la empresa para cubrir diferentes necesidades entre las importantes destaca el abastecimiento del almacén mensualmente.

El 6% de los activos o bien 6 centavos por cada peso que cuenta la empresa corresponde al área de mobiliario y equipo.

El 2 % de los activos de la organización están representados por el equipo electrónico con el que se cuenta es decir 2 centavos de cada peso corresponde a este rubro.

Proveedores 2%

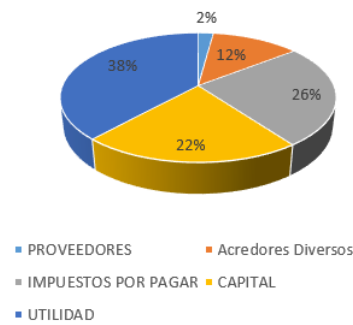
Acreedores Diversos 12%

Impuestos por pagar :25%

Capital: 24%

Utilidad: 37%

Grafica del Financiamiento



Los proveedores representan el 2% de la deuda con la que la empresa cuenta es decir por cada peso que se debe 2 centavos corresponde a proveedores, este porcentaje no indica que el nivel de endeudamiento es bajo.

La deuda con los acreedores representa 12 centavos por cada peso que la empresa tiene.

El impuesto por pagar tiene un porcentaje de 25% de deuda es decir por cada peso que la organización tiene debe pagar al fisco 25 centavos.

El 24% de la deuda corresponde a los inversores es decir por cada peso que la empresa tiene 24 centavos de esos corresponde a ellos.

El 37% de corresponder a la utilidad de la empresa lo que nos dice que es un porcentaje considerado como bueno ya que está por arriba de todos los anteriores lo cuales representas pasivos para la organización.

15.Porcientos Integrales Aplicados A Estado De Resultados 2023

Estado de Resultados 2023

VENTA	\$ 2,304,000.00	100%
COSTOS	\$ 830,355.56	36.0%
UTIL. BRUTA	\$ 1,473,644.44	64.0%
<hr/>		
GTO. VENTA	\$ -	
Fijo	\$ 366,087.00	15.9%
Variable	\$ 82,400.00	3.6%
GTO. ADMON	\$ -	
Fijo	\$ 278,487.00	12.1%
Variable	\$ 11,465.40	0.5%
UTIL. DE OPERACION	\$ 735,205.04	31.9%
<hr/>		
PRODUCTO FINANCIERO	\$ -	
GTO. FINANCIERO (CREDITO)	\$ 20,656.12	0.9%
UTIL. ANTES IMPTO.	\$ 714,548.92	31.0%
<hr/>		
ISR 30%	\$ 214,364.68	9.3%
PTU 10%	\$ 71,454.89	3.1%
UTILIDAD NETA	\$ 428,729.35	18.6%
<hr/>		



Costo de Venta	36.0%
Gastos de Venta	19.5%
Gasto de Admón.	12.6%
Gastos Financiamiento	0.9%
Impuestos	12.4%
Utilidad neta	18.6%
Total	100.0%

Por cada peso vendido durante el periodo 2023 por la organización el costo de venta representa 36 centavos.

Por cada peso vendido 19 centavos corresponde a los gastos de venta

Los gastos de administración reflejan que por cada peso vendido en este periodo 12.6 centavos corresponden a este rubro.

Los gastos de financiamiento consideramos que son mínimo ya que únicamente representan el 0.9 centavos por cada peso vendido por la empresa.

Los impuestos corresponden a 12.4 centavos por cada peso vendido.

La utilidad Neta es de 18.6 centavos por cada peso vendido, lo que consideramos utilidad buen para ser el primer año de operaciones de la empresa, consideramos que a pesar de que la inversión es fuerte durante la apertura esta utilidad nos alcanza para poder cubrir los gastos necesarios que la organización vaya presentando.

16.Razones Financieras

Liquidez.

Razón circulante: Activo Circulante/ Pasivo Circulante

La empresa cuenta con 1.8541 veces para poder cubrir sus necesidades tener liquidez, consideramos que es un porcentaje bueno ya se encuentra por encima de lo considerados normal que es 1.5.

Prueba Ácida: Activo Circulante- inventarios / pasivo circulante

La organización puede cubrir sus deudas hasta 1.80 veces a corto plazo, este resultado nos indica que tenemos una empresa sana con la capacidad suficiente para atender cualquier situación financiera a corto plazo.

Razón de Efectivo: Efectivo – Pasivo Circulante

La empresa tiene la capacidad de hacer frente a los compromisos a corto plazo hasta un 0.45 veces, con esta capacidad de solvencia decimos que óptima.

Capital de trabajo: Activo Circulante – Pasivo Circulante

El capital de trabajo con el que se cuenta en esta organización es de 383,466.63 pesos por lo cual esto nos indica que la mejor opción para tener beneficio de este dinero es utilizarlo en una fuente inversión y así se capitalice para el beneficio de la empresa.

Actividad

Rotación de Inventarios: Costo de Venta / Inventarios

El inventario dentro de la empresa tiene una rotación cada 19 días, lo que nos indica que existe una constante salida de mercancía.

Periodo de cobro: Ventas Netas / cuentas por cobrar o clientes

La empresa cobra 2.857 veces al año es decir cada 126 días lo que nos indica que este porcentaje es un poco alto bajo por lo que se deberán aplicar modificaciones para que se perciba dinero de una manera más rápida.

Endeudamiento

Deuda total: Pasivo total/ Activo total

Tenemos un endeudamiento de 38% lo que nos indica que somos una organización sana.

Apalancamiento: Pasivo total/ Capital contable

El apalancamiento que obtuvimos fue de 1.62 por lo cual consideramos que es bueno ya que el indicador aceptable en estos casos es uno y nosotros nos encontramos .6 arriba.

Rentabilidad

Margen de utilidad: Utilidad Neta/ Ventas

Del total de las ventas el 18% se ve reflejado en la utilidad neta de la organización.

Rendimiento Sobre Activo: Utilidad Neta/ Activos Totales

El 37% de la utilidad neta es por el uso de los activos de la empresa.

Productividad

Rotación de activos totales: Ventas activos, totales

Usando el activo total con el que cuenta la organización se ha generado casi el 1.99 para las ventas.

18. Conclusiones del estudio financiero

Factibilidad financiera.

Los expertos en finanzas indican que todo proyecto debe ser evaluado con base al costo beneficio, porque no es suficiente tener un producto-servicio innovador o atractivo, una estructura ideal, se vuelve fundamental evaluar la factibilidad financiero económica, para tomar la decisión de llevar acabo, establecer el riesgo de los socios o transformar de fondo dichos parámetros del plan de negocios en la construcción de esta idea para generar.

La evaluación financiera permite conocer y medir la utilidad que genera el proyecto de inversión, a fin de compararla con los estándares de rendimiento aceptados en los proyectos de inversión en los mercados financieros donde operan estas inversiones.

Los sueldos tienen una representación del 33% de gastos de venta, valuados en dinero \$ 6,660.00 pesos, los gastos de administración se muestran en un 67% equivalente a \$18,500.00, estos porcentajes son calculados con base en operaciones que realiza cada área, es decir que tanto influye el área de administración como el área de ventas

En total los gastos de venta son de \$30,507.25 pesos al mes y los de administración son de \$23,207.00 pesos al mes, las sumas de estos dos son \$60,314.00 pesos mensuales.

Se estructura comprar 180 unidades al mes, mientras que la pretensión es vender 160 unidades al periodo mencionado, dejando un stock de 20 unidades, el punto de equilibrio estableció un mínimo para no ganar ni perder de 560 unidades al año.

Se considera de acuerdo a los resultados un proyecto con estabilidad económica, los inversionistas pueden recuperar su dinero en un año y tres meses, lo que indica que es una organización factible que recupera inversión a mediano plazo, otro factor fundamental es la rotación, que representa cada cuantas veces al año se logra o desempeña algo, por ejemplo los inventarios muestran 18.7 veces, lo que indica en días que cada 19 nos tardamos en comprar, almacenar y vender nuestro producto, es decir, constante movimiento lo que permite seguir promoviendo nuevos modelos. El ciclo de cobranza indica que 2.8 veces al año, es decir, 126 días se tarda en recuperar los créditos con clientes, observándose un periodo lento y largo, por ello se sugiere establecer estrategias de otorgamiento de crédito, recuperación y parámetros de mejora continua y efectiva logrando un tiempo menor a 40 días.

En relación al cumplimiento de sus compromisos económicos en el corto plazo muestra una liquidez del 1.8 porcentaje aceptable y considerando el 1.5 como estándar normal y se observa que se tienen 3 centavos por encima, lo que en términos contables indica que puede hacer frente a sus compromisos en cuestión de liquidez.

Se muestra un endeudamiento sano del 38%, deuda controlada, indicando que no sobrepasa el 50%, lo que significa que no está comprometida con terceros o en riesgo de perder parte de las acciones, es por ello que se considera una administración favorable para los inversores, reafirmando la prueba acida que sin contar con los inventarios se puede cubrir la operación en el tiempo inmediato, marcando 1.80, que indica se puede cubrir la deuda a corto plazo y de manera respaldada con 80 centavos en exceso.

El rendimiento neto por la venta 18% con base en las utilidades, lo cual es favorable, pero limitado, indicando que se deben buscar estrategias para mejorar, reduciendo algunos costos de proceso operacional y aprovechar más los activos propios, ya que el 37% de la utilidad neta se genera por los activos, es decir se aprovechan los bienes y equipos solo el 37%, lo cual muestra un desperdicio en la capacidad instalada.

Se tiene un capital de trabajo 383,466.00 para el desarrollo de las operaciones cotidianas, mostrándose adecuado y con la facilidad de plantear un aprovechamiento óptimo del dinero, por medio de un plan de inversión temporal o en instrumentos financieros que le genere rendimientos, o en su caso diversificar el catálogo de productos para crecimiento de las ventas e inversión propia.

Le medición del Valor actual neto arroja un proyecto aceptable con un resultado \$1,009,427.00 en una proyección de 4 periodos anuales lo que indica que ese será el valor de mis flujos o entradas de dinero al pasar del tiempo.

En lo general se observa un resumen financiero fortalecido, lo que indica que los recursos económicos destinados para la operación son utilizados de manera asertiva y oportuna, en los dos primeros años cuenta con un préstamo el cual tiene un costo de capital accesible en interés con tasa preferencial del 10%, aproximadamente esto nos indica que a partir del año 3, la utilidad será mayor y sin deuda lo cual proyecta una economía consolidada, durante estos tres años se estarán desarrollando estrategias de venta para que el volumen sea mayor y por ende obtener rendimientos atractivos para los socios.

9. Responsabilidad Social

RIESGO	ACCIONES ESTRATÉGICAS	METAS O INDICADORES	FECHA/PERIODO	RESPONSABLE
¿De qué manera o con que contamina?	¿Qué haremos para reducir, evitar, equilibrar?	En específico ¿Qué pretendo lograr?		ÁREA/ PUESTOS
1.- Tala de árboles, emisión de solventes a la atmosfera, emisión moderada de humo	Reforestación de alguna zona de la ciudad	Cultivar un huerto de pinos	Durante el año	Gerente en colaboración con los miembros de la organización
2.- Desechos de rebabas metálicas y madera	Desarrollo de un proyecto que les dé un nuevo uso a los materiales	Capacitación optima a los encargados de cultivar y reforestar	2 veces por año	Encargado del área de producción
3.- Desechos tipo basura	Desarrollar un programa de separación de basura en coordinación con autoridades gubernamentales	Darle un seguimiento a los programas empleados mediante talleres relacionados con el tema	Durante el año	Gerente en colaboración con los jefes de área
4.- Contaminación auditiva	implantación de materiales que impidan que los rudos salgan al exterior de la fabrica	lograr que las personas que habitan a los alrededores de la fábrica no presenten ningún inconveniente	Durante el año	Director de la organización en colaboración con el gerente
5.- El residuo del empaque de plástico/metal/ cartón/aluminio	separación adecuada los materiales	Los desechos serán vendidos, el dinero obtenido proveniente de estos serán donados al vivero y campañas de reforestación	Durante el año	Jefes de área

10.Propuesta

1. Producto

La guitarra es un instrumento musical que tiene sus orígenes en España, pero gracias a la conquista se empezó a fabricar en México a mediados del siglo XVI especialmente en el estado de Michoacán en la localidad de Paracho, es un instrumento compuesto por 11 piezas la cuales son las encargadas de hacer de ella la emisión de un buen sonido.

Durante las encuestas aplicadas tuvimos los siguientes resultados, nos dimos cuenta que los factores atractivos para adquirir una guitarra son, 43% de los encuestados considera el diseño como un factor relevante un 39 % cree que el poder personalizarla influirá en adquirirla, 13 % considero los colores como un factor relevante y únicamente el 3% eligió otros como opción.

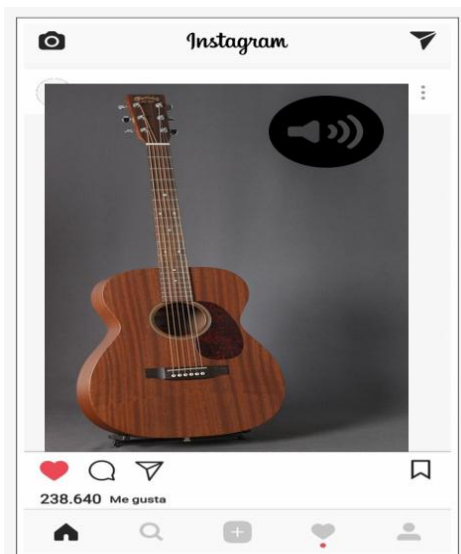
Con los resultados obtenidos en esta primera pregunta, consideramos que el estilo de la guitarra que debemos comercializar es la guitarra tipo clásica, con plus en el que el cliente la pueda personalizar conforme a sus gustos, es por ello que las principales líneas de ventas de nuestras guitarras serán personalizadas.



Las personas encuestadas manifestaron los siguientes datos los cuales son las cualidades para adquirir una guitarra el 74 % cree que un buen sonido es esencial para poder adquirir una guitarra el 13% eligió

el diseño y el 10% la ergonomía del producto, mientras que 1.5% manifestó contemplar otras cualidades.

Por ello seguiremos elaborando nuestras guitarras con las maderas de la más calidad para que así sigan teniendo un buen acústico conforme a la gama que pertenecen por otro lado en nuestra página web y redes sociales debemos ilustrar la guitarra y en la parte de abajo contar un apartado de reproducción del sonido la cual emite la pieza, es por ello que cada guitarra que se publicada en nuestra página web o plataformas digitales tendrá que pasar el estudio de grabación para poder obtener el sonido que esta emite y así lograr que el cliente este seguro que el producto que encargo tiene un gran acústico.



Durante la aplicación de los cuestionarios se les preguntó a las personas si comprarán alguna guitarra ¿Cuál? sería el color de su preferencia por lo que los resultados fueron los siguientes; el 40% considera el color natural como el ideal para comprar la guitarra, mientras que 36% dice que el color negro es de preferencia, el 18% dice que el café y únicamente el 4.5 % comento que otros colores.

El análisis de estos resultados nos indica que como empresa debemos contar en nuestro almacén mayormente con piezas de color natural y negras las cuales fueron seleccionadas como las favoritas de nuestros encuestados y como primera opción de compra.

2. Precio

Durante la realización del estudio se encontró que el 33% de las personas está dispuesta a pagar \$901 a 1300 pesos por guitarra, así mismo el 31.8% está dispuesto a pagar 1301 a 1800 pesos y un 25% contempla adquirir un guitarra de 1801 pesos en adelante, únicamente el 9.1% pagaría entre 700 y 900 pesos.

Inicialmente proyecto tenía el fin de comercializar guitarras de gama baja, esto porque el propósito del proyecto es llegar a los segmentos de la población donde el tejido social está destruido y por ende con mayor posibilidad de que abunden problemas económico por esa razón creímos que vender una guitarra básica sería la mejor opción para que todas las personas que las desearan pudieran adquirir una con mayor facilidad, ahora pero gracias a los estudios realizados se encontró la posibilidad de ofrecerle a las personas un producto de gama media alta, por lo que este resultado abre la posibilidad de crear aún mercado con mayor exigencia en el producto y con un amplio valor adquisitivo por lo que nos proyecta a ser una empresa que pueda cubrir la necesidad del cliente dependiendo de la capacidad monetaria que tengas para adquirir estés instrumento.

3. Plaza

La creación de nuestra tienda es que se 100% virtual en la que las personas puedan adquirir sus productos mediante un simple clic por ello se hace la propuesta para que la tienda tenga una web propia en la cual se cuente la historia de este hermoso instrumento, se explique la finalidad del proyecto y que se pretende hacer mediante esta comercializadora, en la mismas plataforma se busca que las personas puedan interactuar de manera virtual, es decir puedan tener todos los ángulos de la

pieza mediante una serie de fotografías y así puedan analizar cada pieza del producto, también buscamos que las personas puedan escuchar un pequeño fragmento de cómo se escuchan los sonidos de la guitarra esto aumenta la posibilidad de que el cliente realice una mejor elección sin temor a equivocarse y lo mejor es que con simplemente analizarlos desde la comodidad de su casa, oficina, plaza comercial o lugar don se encuentre y con conexión a internet mediante su celular, computadora y en cualquier parte de la república Mexicana, o si también mediante la aplicación Amazon podemos lograr que connacionales que viven Estados Unidos y Canadá, puedan adquirir nuestro producto, con esta plataforma ampliaremos el mercado y podremos tener un ligero acercamiento con nuestros queridos paisanos.

Tomaremos los sitios web como nuestro punto de venta único y principal, después de haber aplicado los cuestionarios nos dice que la cerca del 87% de los encuestados realiza compras en línea estos resultados nos dan confianza de que este proyecto puede ser muy redituable ya únicamente el 13% no lo hace, otro dato de que nos da la certeza del éxito de este proyecto es que el 57% de los encuestados compra una vez al mes productos en línea, el 9.1% dice que una vez al mes mientras que 16% los realiza una vez al año y el 16% dos veces por año. El poder evaluar estos resultados hace creer que ahora las personas tienen mayor confianza en realizar compras por internet y lo realizan con mayor cotidianidad.

Como ya se había mencionado en al principio del proyecto que buscaríamos vender nuestros productos mediante los dos sitios web más poderosos e importantes en México y Estados Unidos al principio solo suponíamos que sería una buena idea ahora con los resultados de las encuestas aplicadas confirmamos que tendremos una coordinación para poder mostrar los productos en el sitio de mercado libre y amazona si como también impulsar el sitio propio de la organización, únicamente como dato y para respaldar esta propuesta se obtuvo en los análisis que cerca del 51% de la personas ve a mercado libre

como una plataforma que le causa confianza y con 27% ha Amazon y con un 21% a las web propias del negocio, por ello como lo dijimos con anterioridad buscaremos una coordinación con el equipo de ventas para poder empezar a anunciar nuestro producto en mercado libre, Amazon y nuestra propia web esta última será un reto puesto que será nueva y tendremos que trabar para ganar la confianza del cliente.

3.1. Requisitos para vender en Amazon México

(https://vender.amazon.com.mx/vender?ref_=sdmx_soa_sell_2_n por vender Amazon,2023)

El paso principal para empezar a utilizar esta plataforma es selección el “**plan profesional de venta**” el cual es anunciado así por la misma plataforma, es te paquete tiene un costo de 600 (más tarifas de referencia) pesos mexicanos y con el cual tendremos los siguientes beneficios

- ✓ Al regístrate en Amazon México tu cuenta automáticamente habilitada para vender en Amazon en Estados Unidos y Canadá.
- ✓ Agrega nuevos productos al catálogo de Amazon cuando desees.
- ✓ Haz crecer tu negocio con Logística de Amazon.
- ✓ Solicita vender en categorías adicionales.
- ✓ Administra tu inventario con archivos, hojas de cálculo y reportes.
- ✓ Reúne los requisitos y gana una mejor ubicación en las páginas de detalles del producto.
- ✓ Consulta las 'páginas de ayuda' y contacta a nuestro equipo de soporte al vendedor.
- ✓ Personaliza las tarifas de envío de tus productos.
- ✓ Atrae compradores con nuestras soluciones publicitarias.
- ✓ Ofrece promociones que incluyen envío gratis.
- ✓ Agrega varios usuarios a tu cuenta de vendedor.

Estos son algunos de los beneficios que obtendremos al contratar este paquete en Amazon, Ahora que ya se seleccionó el plan se tendrán que recabar los siguientes documentos para iniciar el proceso de registro.

Documentos para el proceso de registro en Amazon

- Nombre del titular de la cuenta.
- Correo electrónico y número de teléfono móvil.
- Información de la empresa:
 - Razón social, o nombre de la persona física titular de la cuenta.
 - Dirección comercial (que sea comprobable con un estado de cuenta con la misma dirección)
 - Nombre público. Este será el nombre de tu tienda en línea en Amazon.
- CLABE interbancaria.
- Tarjeta de crédito o débito del titular de la cuenta:
 - En esta tarjeta se hará el cobro de la primera mensualidad (\$600 MXN). Posteriormente, la mensualidad se restará automáticamente de tus ingresos por ventas directamente de tu cuenta de vendedor.
- RFC de la empresa o persona física.

Documentos requeridos para validar la identidad.

- Identificación oficial escaneada a color de la persona titular de la cuenta (debe coincidir con el nombre en la tarjeta de crédito o débito). Puede ser:
 - INE/IFE.
 - Pasaporte.
 - Licencia de conducir.
- RFC de la empresa o persona física.
- Comprobante de domicilio de algún servicio fijo (teléfono, internet, agua o luz) no mayor a 90 días.
- Estado de cuenta bancario. Antigüedad máxima de tres meses:
 - Debe coincidir con el método de depósito que se ingresará.
 - La dirección debe coincidir con la que se dio de alta como dirección comercial.
 - A nombre de la razón social que se ingresó.
 - Debe ser el archivo completo (no únicamente la carátula).
- **Constancia de situación fiscal (SAT)**
 - Debe ser el archivo completo, y no únicamente la ficha.

Una vez que se recabaron todos los documentos se inicia el proceso de registro en la plataforma, este es link donde se inicia el registro <https://sellercentral.amazon.com.mx/mario/rfb/orbis-agreements/global/node/signup/render>

Cuando el registro haya concluido y los documentos fueron aceptados, deberás ir al apartado llamadas seller central Es un portal único para subir tus productos, analizar tus ventas, agregar información a tus listados, realizar actualizaciones de inventario, administrar pagos y encontrar contenido útil que te ayudará a mejorar como vendedor de Amazon.

3.2 Lo necesario para crear un listado

En la mayoría de los casos, los productos deben tener un identificador de producto (Global Trade Item Número-GTIN), como un UPC, un ISBN o un EAN. Amazon utiliza estos IDs de producto para identificar el artículo exacto que estás vendiendo. Si el producto que estás cargando coincide con un listado existente, no necesitas proporcionar un ID de producto porque ya existe. Si estás agregando un producto nuevo en Amazon, es posible que debas comprar un código UPC o solicitar una exención.

Además de un ID de producto, la siguiente información también debe estar incluida en cada listado de producto:

- SKU (Stock Keeping Unit).
- Título del producto.
- Descripción del producto y viñetas.
- Imágenes del producto.
- Términos de búsqueda y palabras clave relevantes.

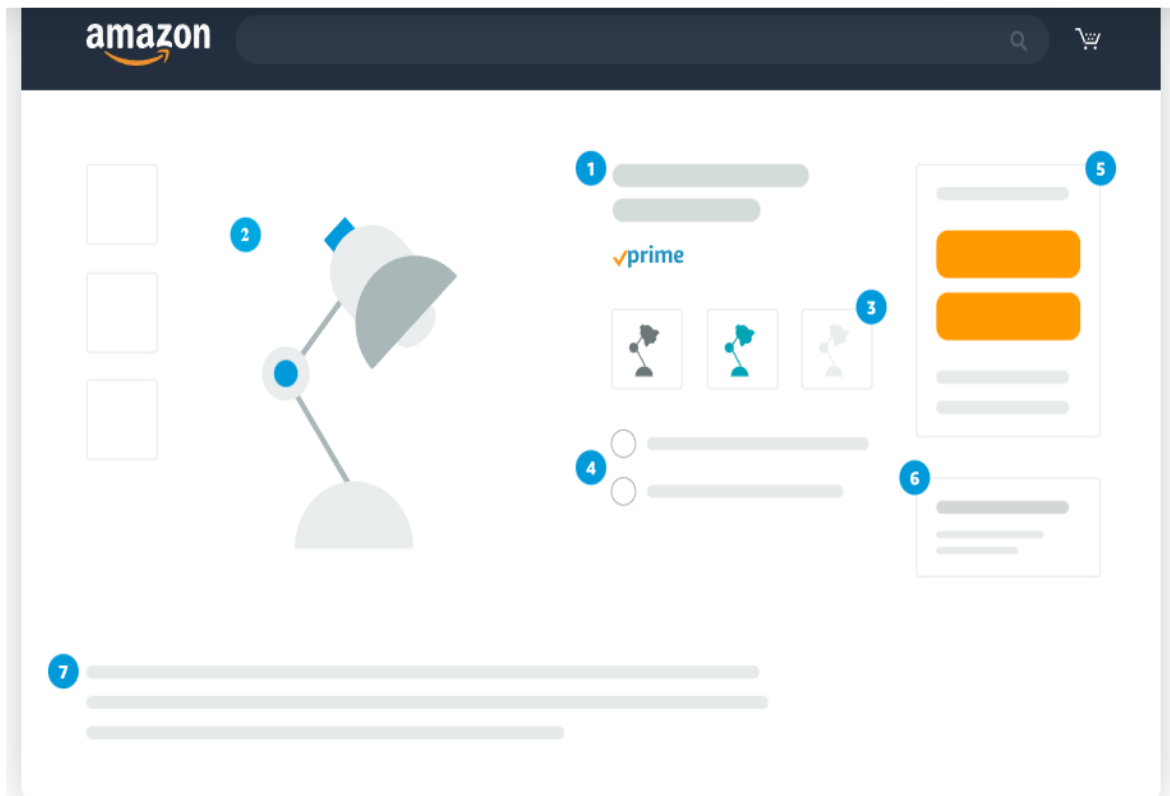
3.3 Calidad de imagen

imágenes de producto deben ser de al menos 500 x 500 píxeles (pero te recomendamos aumentar el tamaño a 1,000 x 1,000 para que se vuelvan listados de alta calidad) y asegúrate de que se encuentren sobre un fondo blanco liso. El producto debe llenar al menos el 80% del área de la imagen.

ID del producto

requisitos para productos UPC y GTIN (identificador del producto). La coherencia en estos códigos ayuda a promover la confianza en la gama de productos que se muestran en el catálogo de Amazon.

3.4 Detalles del producto



1.El título del producto 200 caracteres como máximo. Escribe en mayúscula la primera letra de cada palabra.

2.Imágenes del producto 500 x 500 píxeles mínimo, o mejor aún 1,000 x 1,000 para aumentar la calidad de tu listado.

3.Cualquier variación de tu producto que tenga disponible, como diferentes colores, olores o tamaños.

4.La información de las viñetas Frases breves y descriptivas que destaquen las características y beneficios clave.

5.La Oferta Destacada (Buy Box) La oferta destacada en una página de detalles. Los clientes pueden agregar a su carrito o "Comprar ahora".

6.Ofertas de otros vendedores. El mismo producto vendido por otros vendedores que ofrecen un precio diferente, opciones de envío, etc.

7.Descripción. Las palabras clave mejoran las posibilidades de que las personas encuentren tu listado.

Tarifas aplicadas al producto por su categoría.

Categoría: instrumentos musicales.

tarifa por referencia: 15.0%.

tarifa mínima aplicable: \$ 8 MXN.

Costo de envíos del producto.

Como nosotros enviaremos el producto desde nuestra ciudad se calcula que este se estime dependiendo de la categoría del producto y de la distancia del cliente, en un simulador encontrado en la misma plataforma, se estima que los costos de envíos son entre los \$88 pesos y los 97.77 pesos.

Amazon también ofrece enviar nuestros productos desde sus almacenes esta también sería una opción para tener una mayor proyección de ventas es por ellos que nos dimos a la tarea de buscar los requisitos que se necesitan para enviar los productos a los almacenes de Amazon y averiguar los costos de que pudieran representar las usas este esquema de ventas.

3.5 Costos y beneficio *si se envían a los productos a un centro de distribución Amazon*

1. Envías tus productos al centro de distribución de Amazon.
2. Amazon recibe, escanea y almacena tus productos.
3. Tus productos estarán disponibles a la venta con el ícono de Prime.
4. Los clientes compran tus productos.
5. Amazon prepara y empaca tus productos.
6. Amazon envía tus productos.
7. Amazon recauda el pago del cliente y te paga los fondos disponibles cada dos semanas.
8. El equipo de servicio al cliente de Amazon se encarga de gestionar preguntas, devoluciones y reembolsos.

Amazon Prime, entregas GRATIS y rápidas; A los clientes de Amazon Prime les encantan las entregas GRATIS y rápidas sin mínimo de compra y todos nuestros otros clientes también pueden obtener beneficios similares en compras elegibles, en pedidos mayores a MXN \$299.

Logística de Amazon utiliza la red de atención al cliente de Amazon que ofrece alrededor de todo el mundo y gestiona las solicitudes de los clientes, los reembolsos y las devoluciones de sus pedidos de Logística de Amazon.

Atención al cliente con Logística de Amazon: Los clientes pueden ponerse en contacto con nuestro servicio de atención al cliente por teléfono o correo electrónico, de día o de noche.

Devoluciones con Logística de Amazon: Amazon envía a través de Logística de Amazon, nosotros administraremos todo el seguimiento y el servicio de atención al cliente relacionados al envío y entrega. Si el cliente desea devolver un producto, lo dirigimos a nuestro conveniente Centro de Devoluciones en línea.

No hay una cantidad mínima requerida de productos a enviar cuando utilizas Logística de Amazon.

Amazon.com.mx:

3.6 Logística Multicanal:

Con Logística Multicanal, al vender tus productos tanto en Amazon, como en tu propio sitio web o en otros sitios de comercio electrónico, Amazon se encarga de recibir, empaquetar y enviar tus pedidos a todos tus clientes (de todos los canales que asignes).

El costo del envío a los clientes está incluido las tarifas de Logística de Amazon, por lo que no cobran cargos adicionales por los beneficios y velocidad de entrega de Amazon Prime, en los que los clientes no pagan envío y reciben tus productos en dos días o menos (en productos aplicables). Es posible que se apliquen tarifas adicionales por vender en Amazon y por servicios opcionales.

3.7 Tarifas

Esta son algunas tarifas que cobra Amazon algunas únicamente son cobradas como penalizaciones lo cual no afecta el precio del producto directamente.

Tarifas de almacenamiento de inventario

Tarifas de Logística de Amazon

Se cobra por todos los artículos almacenados en un centro de distribución de Amazon y se basa en su volumen promedio diario de inventario medido en decímetros cúbicos.

Temporalidad Tarifa mensual por dm3

Enero a septiembre MXN 0.31

Octubre a diciembre MXN 0.44

Tarifas de almacenamiento prolongado.

Se evalúa mensualmente y aplica al volumen en decímetros cúbicos que ocupan todos los artículos que llevan más de 365 días almacenados en un centro de distribución de Amazon.

Temporalidad Anual

MXN 3.48

MXN 2.32

Tarifas de gestión logística

Se cobra por unidad por recoger, empacar y enviar tus pedidos, gestionar posibles devoluciones y ofrecer servicio de atención al cliente. Usa la calculadora costos de Logística de Amazon para estimar tarifas y ver cómo obtener una vista previa de tus tarifas.

Tarifas de servicios no previstos

Se cobra cuando tu inventario llega a un centro de distribución sin haber sido debidamente preparado o etiquetado, por lo que Amazon requiere implementar ciertos servicios no planificados para poder ingresarlo.

Tarifas por retiro de inventario.

Puedes hacer que Amazon te devuelva o deseche tu inventario en un centro de distribución por una tarifa por que se cobra por artículo.

3.8 Tarifas de procesamiento de devoluciones

Se cobra en pedidos cuando Amazon ofrece devoluciones de envío gratuitas a los clientes.

Amazon también le da constante seguimiento a tus inventarios, mediante la misma app te muestra una serie de graficas que registran la frecuencia con la que los productos se han estado vendiendo.

3.9 Amazon EU Y CANDA

Cuando se hace el registro en Amazon México se habilita la posibilidad de vender en estados unidos y Canadá, se deben de cumplir con los siguientes requisitos para que empiece a brindar servicio.

Compromiso con la estrategia de lanzamiento.

Registro de marca IMPI/ USPTO.

Registro de marca en Amazon bran registry.

Cumplir con los requisitos normativos de exportación.

Construir un catálogo en inglés.

Inventario listo y plan de envío.

Personal bilingüe dedicado a lanzar en Estados unidos.

Con mi cuenta de Amazon México puedo entrar a Amazon Canadá y Estados Unidos.

Complementa situación fiscal: se puede vender como empresa mexicana, únicamente debes contestar la entrevista en materia tributaria para exentar la doble tributación para los casos que aplique de acuerdo con la normatividad vigente.

3.10 Métodos de depósitos:

Se puede utilizar una cuenta del país donde estas vendiendo o bien se puede utilizar la misma cuenta bancaria mexicana y a través del servicio de conversión de divisas de un tercero.

Cargar el catálogo con las mismas especificaciones que se hicieron en México, pero en la página de Amazon Canadá y Amazon Estados Unidos, estos catálogos deben ser en inglés y verificar si hay alguien más vendiendo el producto par así especificar correctamente que tipo de vendedor eres.

Para los envíos se pueden hacer mediante DHL , UPS, FEDEX, con estos dos ya no se necesita hacer trámites para su exportación o bien también pueden enviarlos con los que tu decidas pero requieren de más tramites es por ello que nosotros nos quedamos con estas dos empresas de paqueterías.



3.11 Requisitos para vender en mercado libre

(<https://vendedores.mercadolibre.com.mx/nota/como-publicar-en-mercado-libre-por-primera-vez>, por la plataforma de mercado libre,2023.)

Para registrarse en mercado libre como empresa de deben tener a la mano los siguientes datos RFC / Razón Social / Mail, crear una clave, IFE (persona física) o RFC (persona moral) al momento de configurar tu perfil de empresa.

Posteriormente al ingresar estos datos se debe realizar la validación de identidad los cuales requiere los siguientes requisitos

RFC de la empresa.

Denominación o Razón Social.

Nombre de fantasía (Nombre comercial).

Giro de la empresa.

Domicilio de la empresa.

Luego, deberás cargar datos correspondientes a los Propietarios Reales de la empresa. Para esto, ten en cuenta que:

Si la empresa tiene accionistas o socios con, al menos 25% de participación en la sociedad, deberás detallar el porcentaje de participación, nombre completo, género, fecha de nacimiento, entidad federativa de nacimiento, país de nacimiento, nacionalidad, CURP, correo electrónico, ocupación, , número de teléfono, domicilio particular (calle o avenida, número externo, número interno, colonia, alcaldía o municipio, ciudad o población, estado, código postal y país.

Si no tuviera accionistas o socios en esas condiciones, deberás proporcionar la misma información detallada en el punto anterior, pero respecto del órgano de administración de la empresa (Administrador Único o Consejo de Administración).

Como paso siguiente, deberás cargar:

El documento que acredita la legal existencia de la empresa (Acta Constitutiva).

El documento que te autorice a actuar en nombre de la misma.

Cédula del RFC de la empresa.

Constancia del número de serie de la FIEL de la empresa. Para este paso, deberás ingresar al sitio del SAT con tu FIEL e ir al apartado de recuperación de certificados, enseguida se te mostrará una pantalla con los certificados vigentes, haz una captura de pantalla y guárdala como PDF, para que después puedas cargarla.

Comprobante de domicilio de la empresa.

Validación de identidad

Para este último paso deberás escanear el frente y dorso de tu documento de identidad, puedes utilizar tu INE/IFE. Procura buscar un lugar con buena luz y encuadra el frente y el dorso de tu INE/IFE en el cuadro presentado en pantalla.

Luego

También te pediremos que valides tu identidad. Para eso deberás completar:

CURP

Nombre completo.

Fecha de nacimiento.

Nacionalidad.

Datos como representante legal:

Teléfono.

Domicilio.

3.12 Como publicar en mis productos en mercado libre

1. Ingresa.

Accede a tu cuenta y haz clic en la opción Vender que se encuentra en el menú superior.

2. Elige qué quieres publicar.

. En este caso vamos a mostrarte cómo publicar Productos.

3. Escribe un título para tu publicación.

La estructura debe ser sencilla: producto + marca + modelo + algunas especificaciones que ayuden a identificar el producto.

4. Selecciona la categoría de tu producto.

Dependiendo del producto que quieras publicar, te sugerimos una categoría para tu producto.

5. Elige de qué forma publicar.

Individual o en caso de tener la opción para publicar en catálogo, te recomendamos que lo aproveches.

6. Completa la información de tu producto.

Cuanto más detallada sea tu publicación, más oportunidades tendrás de concretar una venta.

Fotos de producto.

estén en foco y bien iluminadas. Ni muy brillantes, ni muy oscuras: que los detalles del producto se vean bien.

fotos tengan 1200 x 1200 px para que tus compradores puedan hacer zoom.

Cuando publiques, que tus imágenes tengan al menos 500 px en uno de sus lados.

Stock disponible.

Coloca la cantidad real de unidades disponibles que tienes para vender. Si no cargas el stock, tus publicaciones quedarán abajo en los listados y no podrán encontrarte.

Código universal de producto.

Este código es muy importante ya que nos permite identificar tu producto y puede ayudarte a realizar la publicación de forma más rápida. Asegúrate de cargarlo correctamente.

Variantes

Si tienes variantes, cárgalas para unificar la oferta desde una única publicación. Podrás cargar la cantidad de stock que tengas por variante para ofrecerlas de manera ordenada y clara.

7 Carga la ficha técnica

Allí podrás cargar las características más importantes del producto que nos ayudarán a entender con exactitud qué vendes.

8. Ingresar el precio

Podrás colocar el precio que quieras a tu producto. A medida que vayas seleccionando tus preferencias en los próximos pasos, te iremos mostrando el cálculo final de tus ingresos por cada venta que realices.

9. Elige el tipo de publicación

Cada una tiene características distintas. Puede ser: Gratuita, Clásica con exposición alta o Premium con exposición máxima y financiamiento para tus clientes. Las publicaciones son gratuitas. ¡Solo pagas cuando realizas una venta!

10. Conoce las formas de envío

Te brindaremos información sobre la forma de envío de tus ventas y también podrás seleccionar si quieres agregar la opción de retiro en persona.

11. Ingresar más información.

Suma información relevante para tus clientes:

Puedes agregar una descripción para explicar en aquellos detalles que no cargaste anteriormente. Asegúrate de brindar información relevante y verifica que todo lo que se prometa en la publicación coincida con lo que vendes.

Tienes la posibilidad de sumar un video sobre tu producto y su funcionamiento. Es un gran elemento para captar la atención de una manera distinta.

12. Revisa que no infrinjas derechos de propiedad intelectual de terceros.

Sigue estas recomendaciones y asegúrate de cumplir nuestras políticas de publicación:

Ofrece solo productos originales.

No incluyas en las imágenes logos de marcas de las que no tengas autorización para usar.

Si tu producto es compatible con otras marcas, usa las palabras “para” o “compatible con” en el título, en la descripción y en la ficha técnica para referenciar a las marcas de terceros.

No alteres ni ocultes, en las imágenes de tu publicación, la marca del producto que estás ofreciendo.

13. Publica

Haz clic en la opción Publicar y ¡listo! En caso de que quieras revisar lo que cargaste, podrás seleccionar Revisar publicación.

En mercado libre las publicaciones son gratuitas, aunque también existe una publicación llamada clásica, premier a continuación mostraremos sus beneficios

	Gratuita	Clásica	Premium
Exposición en los listados	Baja	Alta	Máxima
Duración	60 días	Ilimitada	Ilimitada
Ofreces meses sin intereses* con bancos participantes	✗	✗	✓
Ofreces Mercado Pago	✓	✓	✓

Este es porcentaje que se deberíamos de pagar por la categoría de nuestras guitarras.

Categoría	Clásica	Premium
Clásicas	15 %	19.5 %

3.13 Costos de envío,

según la calificación del producto

Verde	Publicación gratuita	Con descuento
	\$135 pesos	\$67.5
Rojo	\$156 pesos	Sin descuento
Amarilla o gris	\$---	Con 40% 96 pesos en el envío

3.14 Vender con Full

Mercado Libre también ofrece resguardar nuestra mercancía en sus bodegas y de ahí empezar la distribución a esto le hacen llamar envíos full a continuación mostraremos como sería la dinámica si decidimos enviarlo las bodegas.

vender con Full ahora tienes que enviar tu stock a la bodega.

Prepara los productos siguiendo nuestras guías.

Crear un envío a la bodega

Reservar una cita para llevar tus productos

Crea un envío a la bodega

Desde Gestión de stock Full elige qué productos quieres enviar a la bodega. Salvo algunas excepciones, podrás enviar por Full los mismos productos que envías por Mercado Envíos.

Reserva una cita para llevar tus productos

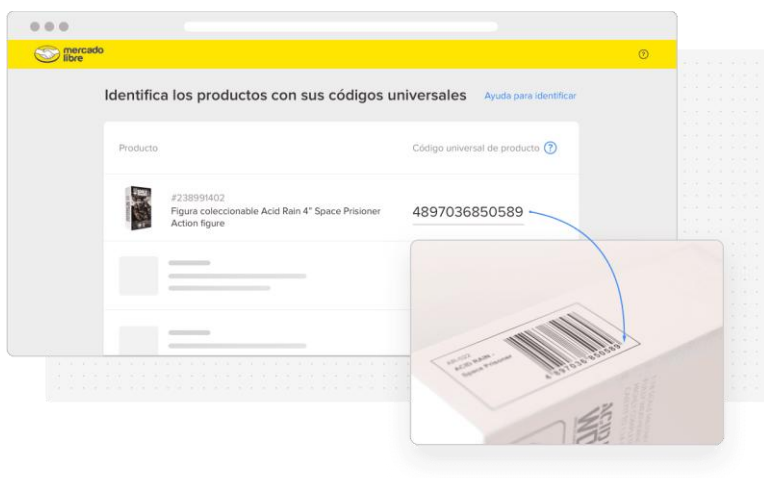
Para poder organizar nuestra operación para tu llegada, cuando crees tu envío a la bodega te pediremos que reserves una cita. Si vienes sin cita o no respetas la fecha reservada, no podemos asegurarte el ingreso de tu stock.

Una vez que recibamos tus productos, los pondremos a la venta en un máximo de 48 hs.

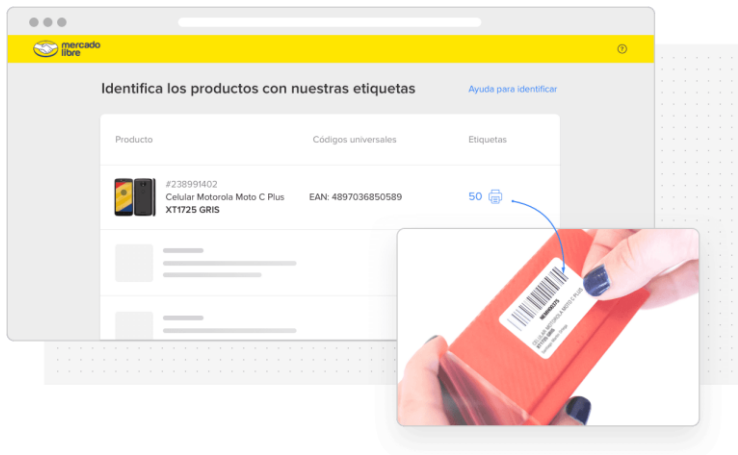
Prepara los productos para el envío

Cada producto que nos envíes debe tener un empaque primario que lo proteja en su totalidad (su packaging original o una bolsa plástica) y una identificación. Hay dos formas de identificar productos:

Cargar o revisar los códigos universales.



Imprimir y pegar nuestras etiquetas en cada unidad.



Para imprimir tus etiquetas usa una impresora térmica o láser. Si usas láser necesitarás hojas blancas

A4. Si usas térmica necesitarás alguno de estos rollos:

- Rollo de 1 y 2 columnas de 4 x 2,5 cm.

- Rollo de 1 y 2 columnas de 5 x 2,5 cm.

- Rollo de 1 columnas de 6 x 4 cm.

- Rollo de 1 columna de 8 x 5 cm.

Agrupar y envía tus productos en bultos

Una vez que los hayas preparado e identificado, debes embalarlos en cajas, bolsas o pallets:

Los bultos que prepares deben estar en buenas condiciones: sin roturas ni presencia de plagas, grasa o agua.

Puedes mezclar distintos productos en una misma caja, bolsa o pallet.

El embalaje que uses no debe tener inscripciones ni códigos que puedan confundirnos al escanear los bultos.

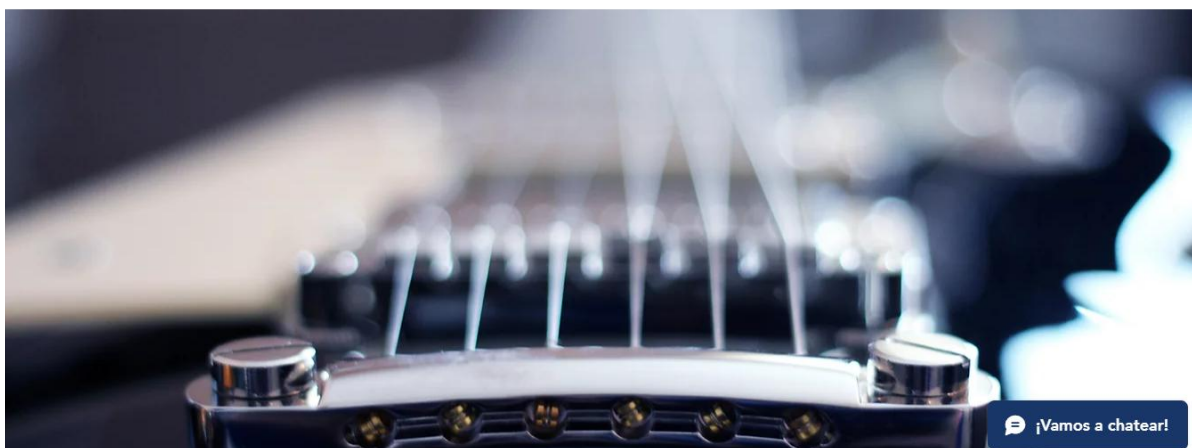
Pégale una de nuestras etiquetas identificadoras a cada uno de los bultos.

Indica si el contenido de los bultos es frágil y si debemos almacenarlos en una posición específica.



CLASICA PARACHO AIVG

[Inicio](#) [Comprar](#) [Quiénes somos](#) [Políticas de la tienda](#) [Más](#)



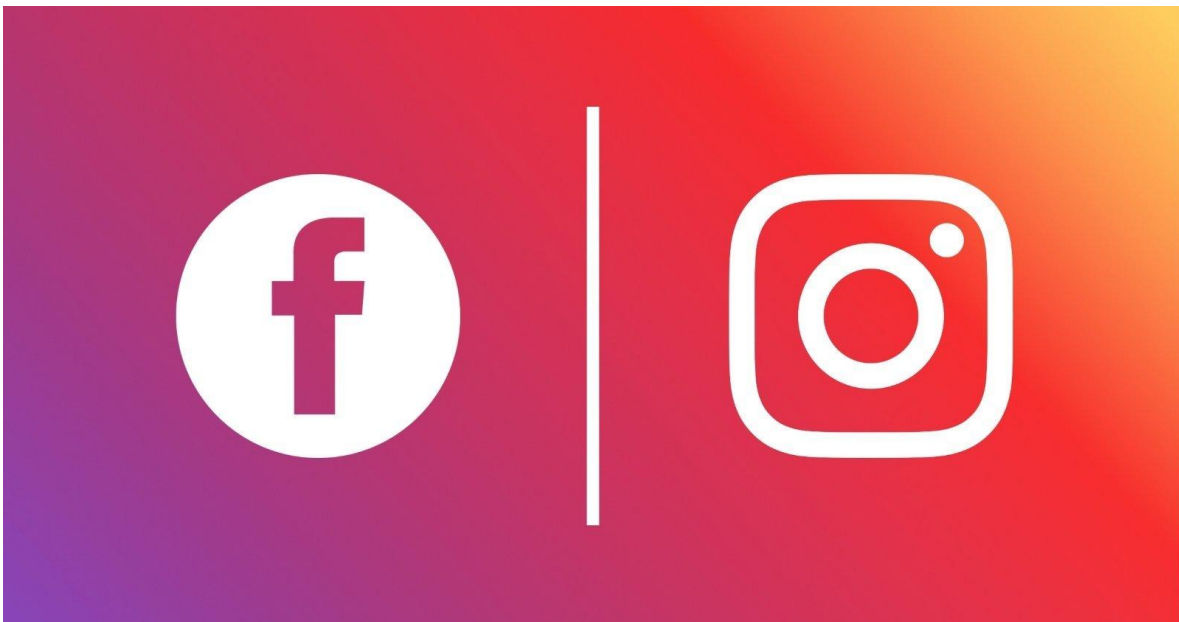
4.Promoción

Este último apartado nuestra encuesta nos arrojó que el 47% de los encuestados decidieron que Facebook era su red favorita para recibir publicidad de una tienda de guitarras, mientras que el otro 43% por Instagram y únicamente el 6.1% dijo que Tiktok era de su preferencia y un último resultado que obtuvimos es mínimo únicamente el 3% dijo que preferiría escuchar publicad de esta tienda en tv y radio.

Es por ello que abriremos una página de Facebook que esté enlazada con Instagram para tener una coordinación entre los otros sitios web como Mercado Libre Amazon y la web de la empresa, se

pretende que las 5 plataformas enlazadas muestren los mismos productos, beneficios y ofertas de nuestra mercancía.

Con respecto a los resultados como el de Tiktok el cual es muy bajo, pero pretendemos que sea un resultado desapercibido abriremos una cuenta, pero con un contenido diferente, es decir todo lo que se difunda será específicamente para el cliente meta de esta plataforma el cual es un público menor a los 18 años, la publicidad estará enfocada para que el cliente se enamore del producto y el comprador acepte y obtenga el producto: para ejemplificar y se entienda que el cliente es aquella persona que usará el producto y el comprador es aquella persona la cual pagará el producto, podría ser que el hijo es el cliente y el papá quien pague por el producto.



Conclusiones Del Proyecto

La propuesta que se diseñó este documento busca que el empresario de la fábrica de guitarras vea como una alternativa de venta el poder comercializar su producto de manera virtual.

El utilizar las plataformas digitales de venta para la comercialización del producto abre las puertas a un nuevo mercado el cual en los últimos años ha aumentado su popularidad a nivel mundial; es un mercado donde se puede llegar a miles y miles de personas y los clientes pueden adquirir sus productos con hacer un clic y esperar un tiempo no mayor a 48 horas para poder disfrutar de sus productos, es por ello que esta es nuestra alternativa para poder aumentar las ventas de estos productos.

Se diseñó una estructura administrativa y financiera con la cual la empresa podría operar, sabiendo que se tiene un estudio técnico de respaldo por ende las implementaciones de estos estudios disminuyen el riesgo de la organización.

El poder ver como una pandemia pudo cambiar por completo la economía mundial y todas las actividades a las cuales estábamos acostumbrados a realizar y cómo nos obligó a adaptarnos a nuevas actividades y las cuales muchas de ellas se quedaron para formar parte nuestra vida cotidiana. una de ellas es el comprar cosa por internet, sé que esto no es nuevo, pero durante esta pandemia tuvo un alza importante en vida cotidiana de las personas, ahora estamos conscientes que la pandemia está casi por llegar a su fin, pero también sabemos que miles y miles de negocios cerraron sus puertas y que posiblemente nunca vuelvan abrir, es por esto que se pretenden que este trabajo de investigación sirva como guía de cómo vender por internet y elevar la venta sus negocios.

Durante el desarrollo de este proyecto se realizó una visita a Ciudad de Panamá, República de Panamá, en la cual tuvimos la oportunidad de platicar de visitar la embajada de México en Panamá en la que recibimos orientación de como comercializar nuestro producto en aquel país.

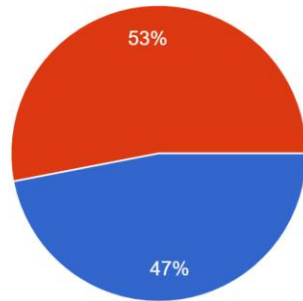
Tras la visita a Panamá, el cual es el punto de clave para conectar América con el mundo pudimos obtener el siguiente contacto de una empresa aduanera, CHIEL S, PANAMA CONNECTION, Elvis Anthony Ureña, business lawyer / managing partner de la organización, +507 308 6965/ +5073086965, eurena@chielspanamaconnection.com , www.chielspanamaconnection.com

Esta manera concluimos que nuestra empresa es viable tanto a para operar de manera nacional como internacional.

Anexos

1. Sexo

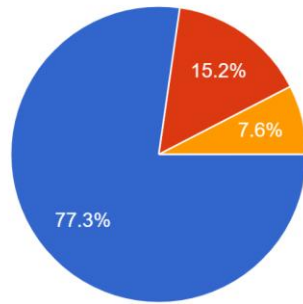
66 respuestas



- Masculino.
- Femenino.
- Prefiero no especificar.

2. Edad

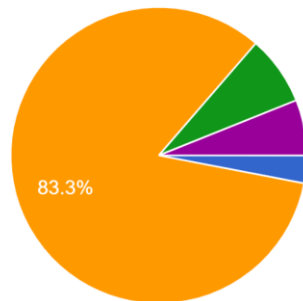
66 respuestas



- 18 a 35 años.
- 36 a 50 años.
- 51 a 64 años.
- 65 y más.

3. Ubica en qué zona se encuentra tu ciudad

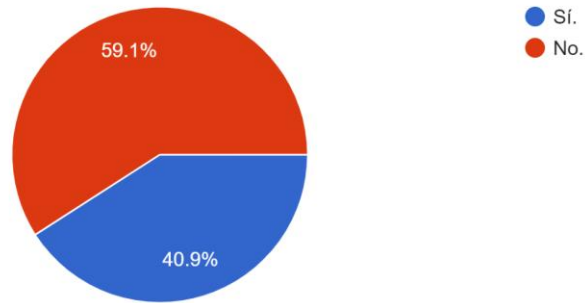
66 respuestas



- a) Norte: Baja California, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León y T...
- b) Norte-occidente: Baja California Sur, Sinaloa, Nayarit, Durango y Zacatecas.
- c) Centro-norte: Jalisco, Aguascalientes, Colima, Michoacán y San Luis Potosí.
- d) Centro: Guanajuato, Querétaro, Hidalgo, Estado de México, Ciudad de...
- e) Sur: Guerrero, Oaxaca, Chiapas, Veracruz, Tabasco, Campeche, Yucat...

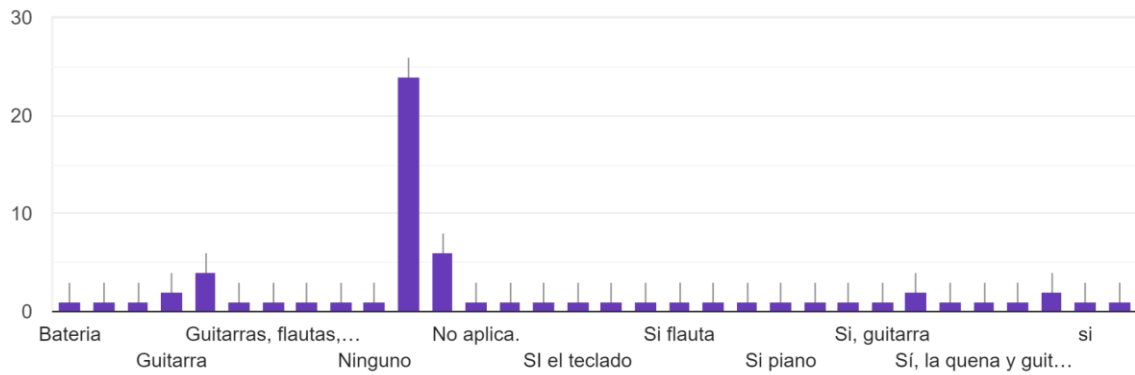
4. ¿Te gusta tocar guitarra?

66 respuestas



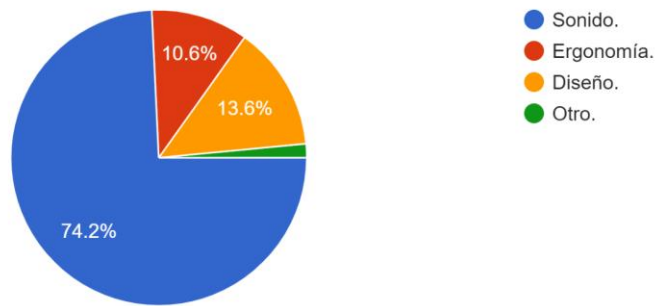
5. ¿Tienes conocimiento sobre algún instrumento musical? En caso de que la respuesta sea "Sí" especifica cuál.

66 respuestas



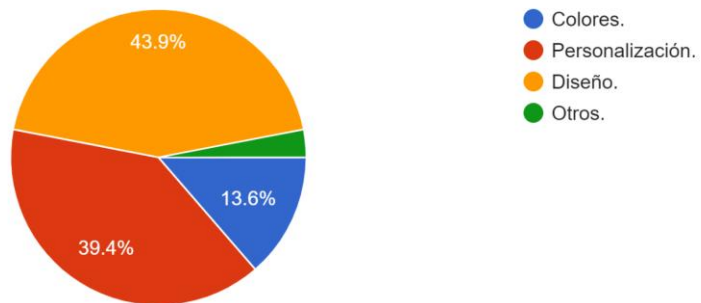
6. ¿Qué cualidades consideras que debe tener una guitarra?

66 respuestas



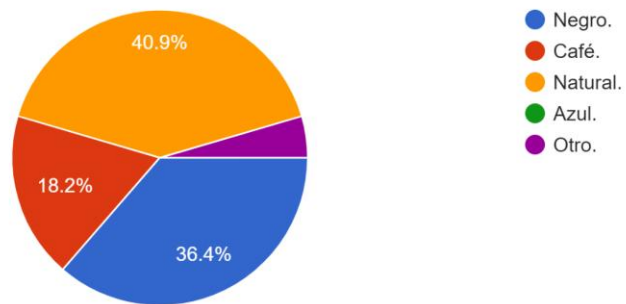
7. En el diseño de una guitarra ¿Qué factor consideras atractivo?

66 respuestas



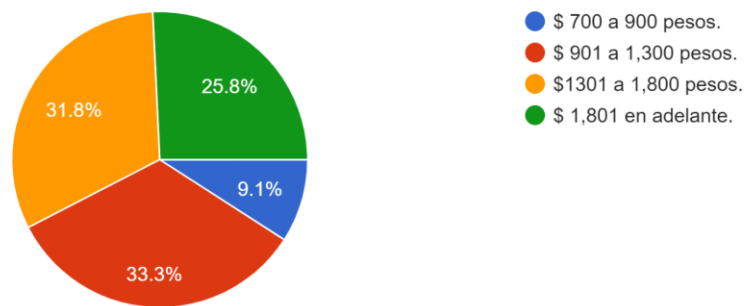
8. ¿Cuáles son los colores que consideras ideales para una guitarra?

66 respuestas



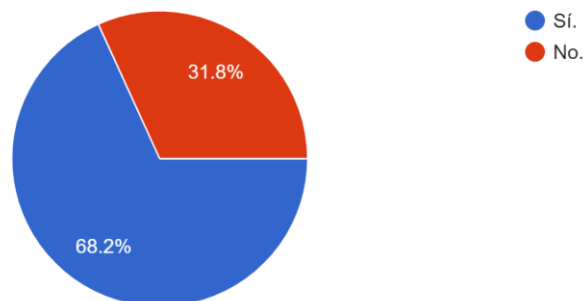
9. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una guitarra original fabricada en el estado de Michoacán?

66 respuestas



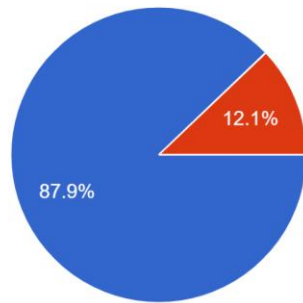
10. ¿Acostumbras a comprar con promociones online?

66 respuestas



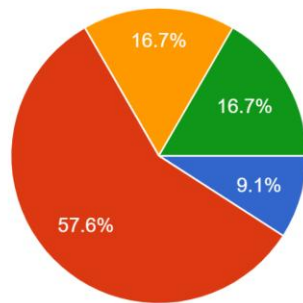
11. ¿Realizas compras en línea?

66 respuestas



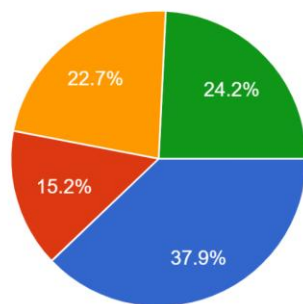
12. ¿Con qué frecuencia realizas compras online?

66 respuestas



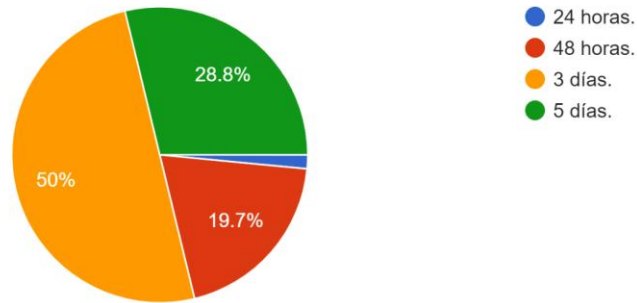
13. ¿Cuál es la forma de pago que consideras más conveniente?

66 respuestas



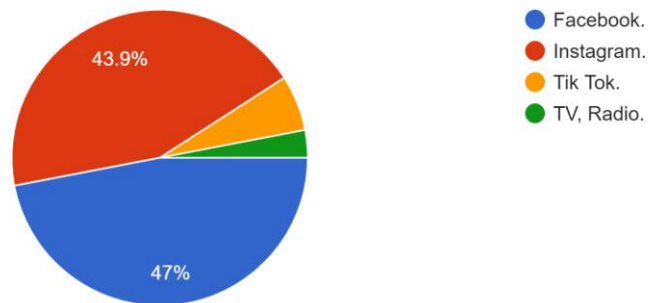
14. ¿Cuánto tiempo estas dispuesto a esperar por tu producto?

66 respuestas



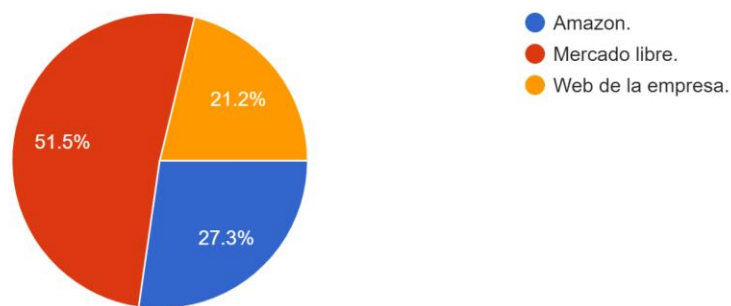
15. ¿Qué medio publicitario te parece el indicado para promover una tienda de guitarras?

66 respuestas



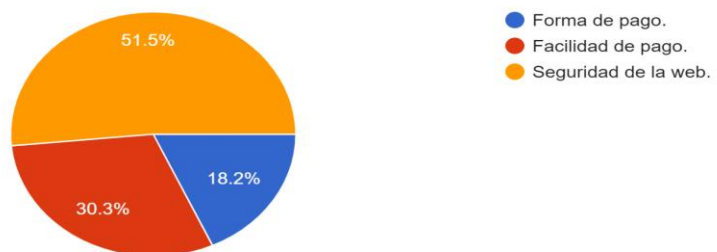
16. ¿Qué plataforma digital te causa más confianza al realizar una compra?

66 respuestas



17. Cuando compras un producto ¿Cuáles son los factores que consideras?

66 respuestas



Bibliografía

- Abraham, H. H. (2001). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión* (Vol. Primera edición). Cuauhtémoc, Mexico Distrito Federal
- Agustín, R. P. (2004). *Administración de empresas, Teoría y práctica*,. Mexico D.F : Limusa .
- Agustín, R. P. (2015). *Administración Moderna*. Mexico : Limusa.
- Alfonzo, C. M. (1993). *Introducción al Análisis de proyectos de inversión* (Vol. 2). Cuauhtémoc,, México : trillas. Recuperado el 2023
- Lourdes, M. (2014). *Administración gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo* (Vol. segunda Edición). Atlacomulco, Estado de México , México: Pearson.
- Raul, C. b. (2015). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión* . Limusa .

Sitios Web

- Amazon . (2023). Obtenido de https://vender.amazon.com.mx/?ref_=sdmx_soa_home_n&initialSessionID=132-3357993-6282044&Id=NSGoogle&IdStackingCodes=NSGoogle
- Edith Candelas Ramirez, ,. H. (2012). *Fundamentos de Administración*. México Distrito Federal: UNAM. Obtenido de http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/2012/administracion/1/fundamentos_administracion.pdf
- Edith Candelas Ramirez, H. M. (2012). *Derecho Mercantil*. México Distrito Federal: UNAM. Obtenido de http://fcaenlinea1.unam.mx/apuntes/interiores/docs/2016/contaduria/2/apunte/apunte_1252.pdf
- Luis, V. C. (2012). *Fundamentos de contabilidad, Apunte Digital*. UNAM. Obtenido de http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/2012/contaduria/1/contabilidad_1.pdf
- Mercaado Libre, México . (2023). Obtenido de <https://vendedores.mercadolibre.com.mx/nota/como-publicar-en-mercado-libre-por-primera-vez/>.
- Secretaria De Administración Tributaria . (2023). Obtenido de SAT:[https://www.sat.gob.mx/articulo/61054/articulo-34#:~:text=a\)%203%25%20para%20bombas%20de,insertadora%20y%20taladradora%20de%20durmientes](https://www.sat.gob.mx/articulo/61054/articulo-34#:~:text=a)%203%25%20para%20bombas%20de,insertadora%20y%20taladradora%20de%20durmientes)

Secretaría de Gobernación. (2009). *Estratificación de las micros, pequeñas y mediana empresa*.
Cauhtémoc, México Distrito Federal. Obtenido de http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5096849&fecha=30/06/2009gsc.tab=0