



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
CUAUTITLAN

42  
24.

"Diseño mercadológico de una  
micro empresa de plantas ornamentales  
en arrendamiento".

T E S I S :

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACION

P R E S E N T A :

NURIA GUERRERO PASCUAL

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

ASESOR: L.A.E. CARLOS MATIAS ARMAS

CUAUTITLAN IZCALLI, EDO. DE MEXICO 1997



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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



INSTITUTO NACIONAL  
AUTÓNOMO DE  
EVALUACIÓN

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN  
UNIDAD DE LA ADMINISTRACION ESCOLAR  
DEPARTAMENTO DE EXAMENES PROFESIONALES

U. N. A. M.  
FACULTAD DE ESTUDIOS  
SUPERIORES CUAUTITLAN



DEPARTAMENTO DE  
EXAMENES PROFESIONALES

ASUNTO: VOTOS APROBATORIOS

DR. JAIME KELLER TORRES  
DIRECTOR DE LA FES-CUAUTITLAN  
P R E S E N T E .

ATN: Ing. Rafael Rodríguez Ceballos  
Jefe del Departamento de Exámenes  
Profesionales de la F.E.S. - C.

Con base en el art. 25 del Reglamento General de Exámenes, nos permitimos comunicar a usted que revisamos la TESIS:

"Diseño mercadológico de una micro empresa de plantas  
decorativas en arrendamiento".

que presenta la pasante: Nuria Guerrero Pascual  
con número de cuenta: 9156501-1 para obtener el TITULO de:  
Licenciada en Administración.

Considerando que dicha tesis reúne los requisitos necesarios para ser discutida en el EXAMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VOTO APROBATORIO.

A T E N T A M E N T E .

"POR MI FAZA HABLARA EL ESPIRITU"  
Cuautitlan local, Ldo. de Mex., a 30 de Septiembre de 1997

PRESIDENTE L.A.E. Carlos Matías Armas  
VOCAL C.P. Arturo Pineda Nájera  
SECRETARIO L.A.E. Jorge Reyes Torres  
PRIMER SUPLENTE L.R.C. José Escamilla Nava  
SEGUNDO SUPLENTE L.A. Sandra Luz González L.

# AGRADECIMIENTOS

**Señor:**

**Gracias por darme la oportunidad de vivir**

**A mis Padres : Benito y Pilar**  
**Agradeciendoles infinitamente todo lo que han**  
**hecho por mí, porque lo que soy ahora se los**  
**debo sólo ellos**

**Con profundo agradecimiento a mi asesor de tesis :**

**Lic. Carlos Matías Armas por confiar en mí, brindarme su tiempo y sus conocimientos que fueron esenciales para el desarrollo de este proyecto.**

**A mis Hermanas : Pilar y Mariana  
Quienes me han brindado su ayuda incondi-  
cional, y en mis éxitos y fracasos siempre han  
estado a mi lado, Siempre... Gracias !**

**Agradezco Infinitamente todo el apoyo que me han brindado toda mi familia Bouza, Guerrero, Ibarra, López, Pascual y no sólo en este proyecto sino durante toda mi vida.  
Los Quiero.**

**A mis amigas Alejandra Mier y Claudia Vega,  
Quienes me escuchan y apoyan, siempre  
respetando cada uno de nuestros ideales,  
que al final se convierten en la misma meta.**

**Agradezco a toda la gente que ha estado a mi lado, Enrique, Nelvis, Sra. Teresa, Erika, a todos mis amigos, profesores y compañeros que siempre me ayudaron, cada uno a su estilo, de verdad, gracias**

## RECONOCIMIENTOS

**A la Universidad Nacional Autónoma de México, y de manera especial a la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán por darme la oportunidad de ser una alumna más y que ahora seré una profesionista digna de esta Universidad.**

**De manera especial, a la Lic. Sandra Luz González López por su dedicación, consejos y empeño para conmigo, no sólo en relación a este proyecto, sino para mi vida personal. Gracias ...Mil !**

**A mi jurado:**

**L.A.E. Carlos Matías Armas**

**C.P. Arturo Pineda Nájera**

**L.A.E. Jorge Reyes Torres**

**L.R.C. José Escamilla Nava**

**L.A. Sandra Luz González López**

**Quienes durante la carrera siempre me apoyaron con sus conocimientos y comprensión y ahora como parte del jurado, a cada uno un agradecimiento por otorgar su tiempo y dedicación a este proyecto.**

## DEDICATORIAS

**Le dedico esta tesis a mi abuelita Cristina,  
que desde donde se encuentra sé que esta  
orgullosa de nosotros, su familia que sigue  
unida gracias a ella.**

**Para Doris, que siempre la admiraré y querré  
aunque ya no está con nosotros, pero siempre  
será nuestra prima.**

## ÍNDICE

<b>Título.....</b>	<b>i</b>
<b>Planteamiento del problema.....</b>	<b>ii</b>
<b>Objetivo .....</b>	<b>iii</b>
<b>Hipótesis.....</b>	<b>iiii</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo 1 Antecedentes .....</b>	<b>4</b>
<b>1.1 Micro Empresas .....</b>	<b>7</b>
<b>1.2 Arrendamiento .....</b>	<b>14</b>
<b>1.3 Plantas Ornamentales .....</b>	<b>17</b>
<b>Capítulo 2 Perfil del consumidor potencial y de los eventos o lugares susceptibles que requieran el servicio de decoración de plantas ornamentales en arrendamiento.....</b>	<b>20</b>
<b>2.1 Necesidades de los consumidores potenciales .....</b>	<b>25</b>
<b>2.2 Potencial Económico de los consumidores.....</b>	<b>33</b>
<b>2.3 Tipos de Eventos .....</b>	<b>39</b>

<b>Capítulo 3 Diseño de estrategias para iniciar el servicio de decoración de interiores basada en plantas ornamentales .....</b>	<b>43</b>
<b>3.1 Aspectos Mercadológicos .....</b>	<b>47</b>
<b>3.2 Aspectos Legales .....</b>	<b>70</b>
<b>Capítulo 4 Diseño del modelo propuesto.....</b>	<b>78</b>
<b>Conclusiones.....</b>	<b>95</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>100</b>

# T Í T U L O

**DISEÑO MERCADOLÓGICO DE UNA MICRO  
EMPRESA DE PLANTAS ORNAMENTALES  
EN ARRENDAMIENTO**

**PLANTEAMIENTO DEL  
PROBLEMA**

**¿CUAL SERÍA EL DISEÑO MERCADOLÓGICO  
ADECUADO PARA UNA MICRO EMPRESA DE  
PLANTAS ORNAMENTALES EN  
ARRENDAMIENTO ?**

## **O B J E T I V O**

**DESARROLLAR Y ESTABLECER UN DISEÑO  
MERCADOLÓGICO ADECUADO PARA UNA  
MICRO EMPRESA DE PLANTAS ORNAMENTALES  
EN ARRENDAMIENTO**

## **H I P Ó T E S I S**

**SI UNA MICRO EMPRESA DE PLANTAS  
ORNAMENTALES EN ARRENDAMIENTO  
REQUIERE UN DISEÑO MERCADOLÓGICO,  
ENTONCES EL ADECUADO PARA EL  
DESARROLLO DE ESTE TIPO DE  
EMPRESAS SERÍA EL PROPUESTO**

# INTRODUCCION

**Por medio de la técnicas de Mercadotecnia se definirá cual va a ser el mercado potencial, porque en cualquier micro empresa es necesario realizar una investigación de mercados, y sobre todo cuando el producto no es de primera necesidad, podría decirse que es de lujo y además no es de consumo, por esta razón es importante aplicar la Mercadotecnia ya que basándonos en sus técnicas podemos definir varios aspectos que son importantes considerar para cualquier tipo de empresa.**

**Asimismo se verán las estrategias de ventas a seguir, diseñar la manera de arrendar las plantas ornamentales artificiales, establecer las bases explicando todo acerca de una micro empresa para hacerlo atractivo para los clientes e inversionistas.**

**En el aspecto financiero no sólo es importante considerar el capital en cuestión de la inversión de los inmuebles y del mobiliario, es necesario hacer un estudio del costo del inventario que en este caso en particular es " Plantas Ornamentales ", determinar los precios de venta, considerando el tiempo de arrendamiento y el costo de la planta en sí, incluyendo**

**su mantenimiento.**

**También se planteará de un a manera general un estudio de las posibles plantas ornamentales que se pueden utilizar en una micro empresa de arrendamiento, cuales son las óptimas, ya que existe una gran variedad y es necesario tomar ciertos parámetros para poder iniciar la micro empresa y así determinar su viabilidad.**

# **CAPÍTULO 1**

## **ANTECEDENTES**

**Es necesario realizar un estudio acerca de las micro empresa, para hacer posible el proyecto con una estructura bien fundamentada, además de que actualmente en México se es-tila este tipo de organizaciones por la misma situación que está viviendo el país, las inversiones están limitadas, y las empre-sas se especializan en un sólo segmento de mercados.**

**El diseño a efectuar será el Mercadológico, para reafir-mar que cualquier empresa del tamaño o clasificación que sea, requiere de la investigación de mercados ya que es muy im-portante para la toma de decisiones de cualquier organización como puede ser para el lanzamiento de un nuevo producto, para conocer la trayectoria que ya esta en el mercado, o para prolongar el ciclo de vida, porque esto nos ayuda a conocer y analizar con bases sólidas, además que se aplica Mercadotec-nia en todas la empresas, incluso cuando no exista un depar-tamento con este nombre se necesita y se aplica Mercadotec-nia.**

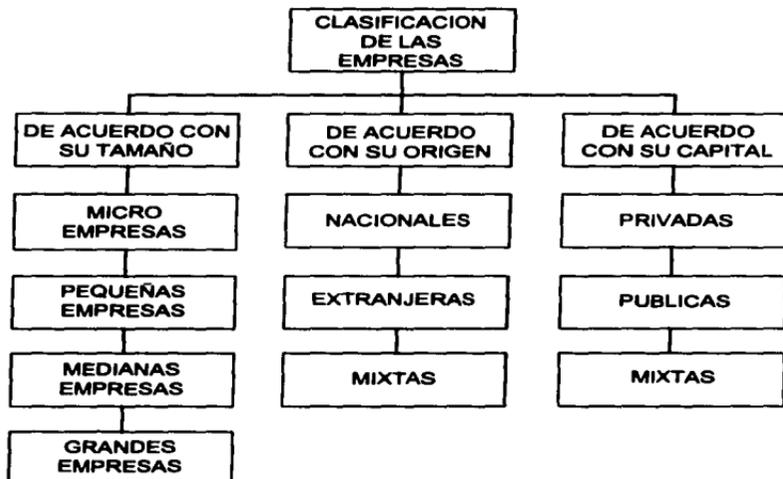
**Esta micro empresa tiene la modalidad de arrendamiento porque es diferente la acción de compraventa a la del arrenda-miento, ya que tiene características más particulares**

**el rentar que el sólo comprar, son más específicos los planteamientos, que son interesantes conocer, asimismo como los lineamientos a seguir para poder realizarlo adecuadamente.**

**Se especifica de " Plantas Ornamentales " porque son un producto no común, ni tampoco de primera necesidad, donde gracias a ello la investigación de mercados se vuelve más interesante y quizá cierra un poco el círculo de los eventos en los que se requiere este tipo de servicios, y por lo mismo es un trabajo más especializado, donde la investigación de mercados se profundiza.**

## 1.1. Micro Empresas

Las empresas se clasifican de acuerdo a varios criterios, a continuación se muestra un cuadro, que nos muestra el economista José Silvestre Méndez en su libro de "Economía y la Empresa", en la cual se observa la ubicación de las micro empresas.



**Los aspectos a considerar del tamaño de una empresa son:**

- \* **El Financiero, es decir el monto del capital.**
- \* **El Mercadológico, que tipo de mercado abarca, es decir sus ventas.**
- \* **El de Producción, si es rudimentaria, artesanal, o con tecnología muy sofisticada. (Alta Tecnología)**

**Las micro empresas, de acuerdo a su tamaño deben cubrir con algunos requisitos, tales como:**

- \* **Empresas donde laboran hasta quince personas, y**
- \* **Ventas totales hasta 110 salarios mínimos anuales.**

**Estos datos se obtuvieron del Vol. 7 NAFINAS / INEGI**

**Sus principales características son:**

- \* **El dueño es quien aporta el capital.**
- \* **Su administración generalmente es empírica, el dueño dirige y organiza a la empresa en una forma familiar, (hombre orquesta).**
- \* **El mercado que abarca es pequeño, regularmente es de tipo local.**
- \* **Su producción no es muy mecanizada.**

**Las ventajas principales de las micro empresas son:**

- \* La inversión es mínima, el capital es muy reducido.**
- \* La Administración y organización es centralizada por el dueño.**
- \* Son susceptibles a los cambios, ya sean estructurales, de procedimientos administrativos o del mercado.**
- \* La atención a los clientes es personalizada, las funciones no se burocratizan y por lo mismo se agilizan los trámites.**

**Y algunas de sus desventajas son:**

- \* Al ser una administración empírica se llegan a cometer fallas en los procesos**
- \* Las ganancias son mínimas, por el número reducido de sus operaciones.**
- \* No tienen desarrollo tecnológico, porque se centran en sus propias actividades.**
- \* Empleo intensivo de mano de obra, y con bajo nivel de automatización en los procesos de producción.**
- \* La calidad de los productos no es standar.**

- \* **Elevados costos de producción.**
- \* **Desperdicio de energía y materiales.**
- \* **Poca publicidad y promoción.**
- \* **Se invierte poco, ya que se piensa más en gasto e ingresos.**
- \* **Sueldos y salarios bajos.**
- \* **Para los trabajadores no hay desarrollo profesional.**

**Existen otras clasificaciones de las empresas, de acuerdo a:**

### **ACTIVIDAD ECONOMICA**

- \* **Industriales**
- \* **Agrícolas**
- \* **Ganaderas**
- \* **Pesqueras**
- \* **Comerciales**
- \* **Bancarias**
- \* **Educativas**

## COMPETENCIA

- \* **Competitivas**
- \* **Oligopolísticas**
- \* **Monopolios**
- \* **Duopolios**

## PRODUCCION

- \* **Manufactureras**
- \* **Comerciales con ventas al detalle**
- \* **Distribuidoras**
- \* **Mayoristas**

## ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN

- \* **Individual**
- \* **Colectiva**

## TIPO DE BIENES QUE PRODUCEN O SERVICIOS QUE PRESTEN

- \* **Productoras de bienes de consumo no duradero**
- \* **Productoras de bienes de consumo duradero**
- \* **Productoras de materias prima**

\* **Productoras de Bienes de capital o de producción**

\* **Servicios**

La micro empresa de este proyecto, de acuerdo a éstas clasificaciones son las que están con letra negrita, ahora se darán las explicaciones de las mismas.

Por su actividad económica, es comercial por el tipo de producto, no es industrial por el tamaño y porque no se producirán las plantas, solo se comercializarán donde dentro de esta definición cabe el arrendamiento, es cierto que se crearán los diferentes tipos de modelos de plantas con todos los materiales que son las bases o jarrones, las diferentes tipos de plantas que se colocarán y decorarán pero eso no es producir, se llama industrial cuando la empresa fabrica los productos, y no es el caso. Por su competencia es una empresa competitiva, ya que existen muchas empresas que se dedican a la misma actividad, y el mercado no lo abarcan ni una ni dos empresas, sino existe la libre competencia.

**Al mencionar de "Producción" la micro empresa entra en el ramo de distribuidoras, como se mencionó anteriormente no fabricará ni tampoco serán mayoristas por el mismo tamaño de la empresa.**

**Por su organización y administración es individual ya que es una sólo persona el dueño y la administración la lleva él.**

**En relación al tipo de bienes que producen o servicios que presten, será una empresa netamente de servicios, ya que al no fabricar ningún tipo de producto llámese duradero o no duradero o materias primas, solo se ofrecerá un servicio de arrendamiento.**

## 1.2 Arrendamiento

Al mencionar "arrendamiento" se enfocarán a las operaciones a realizar serán el "rentar" los productos, no la compraventa, en donde muchas ocasiones no es necesario, establecer un contrato en el cual se instituyan normas para la transacción, al contrario del arrendamiento, es preciso fijar muy bien las reglas de las operaciones a realizar. Por esta razón es esencial primeramente definir el concepto de arrendamiento.

"El arrendamiento es el contrato por el que el arrendador se obliga a conceder el uso o goce temporal de una cosa al arrendatario a cambio de un precio cierto"<sup>1</sup>

Y el Código Civil nos dice:

"Hay arrendamiento cuando las dos partes contratantes se obligan recíprocamente, una, a conceder el uso o goce temporal de una cosa, y al otra a pagar por ese uso o goce un precio cierto".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Sánchez Medial, Ramón. "De los Contratos Civiles" pag. 229

<sup>2</sup> Código Civil art. 2398 pag. 415

**Considerando estas dos definiciones, podemos llegar a la conclusión de que arrendamiento es: El acto entre dos partes, donde el arrendador concede el uso o goce de una cosa, y el arrendatario se obliga a pagar un cierto precio por ello.**

**Con estas definiciones queda claro lo que es el arrendamiento, ya que existen otros tipos de arrendamiento que conllevan otros aspectos, la diferencia entre compra venta y arrendamiento es que en el primer caso el precio se fija por la unidad del producto que se percibe, y en el segundo , el precio se fija por unidad de tiempo, es muy importante conocer la diferencia entre ellas, ya que en ocasiones hay conflictos por los malos entendidos, por no especificar las características de cada una de ellas.**

**Ahora bien, hay que definir que un contrato, es en este donde se establecen todos los puntos o aspectos importantes para realizar el arrendamiento como son : tiempo, espacio, ubicación etc.**

**Según el Código Civil lo define como:**

**" Los convenios que producen o transfieren las obligaciones y derechos, toman el nombre de contratos."**<sup>3</sup>

**Los tres elementos importantes en un contrato de arrendamiento son: La cosa, el precio y tiempo. Y tomando como fundamento estos puntos se establecerá un contrato para nuestros productos.**

**Más adelante se verá el contrato que se manejará para el arrendamiento, ya que es muy importante establecerlo en el proyecto.**

<sup>3</sup> Código Civil, Art. 1793, pag. 325

### **1.3 Plantas Ornamentales**

En esta micro empresa nuestro "producto" van a ser las plantas ornamentales, para formar parte de un decoración en los distintos lugares y eventos, aunque hay que considerar las características de las mismas, ya que es preciso conocerlas para la realización de la investigación de mercados.

Al tratarse de plantas ornamentales artificiales es muy significativo observar cuales van a ser, de que material y cuales son los distintos estilos con los que vamos a trabajar, de acuerdo a su costo, durabilidad, belleza, tamaño, etc.

Asimismo, estos datos nos sirven para determinar los precios, así como otros factores que influyen para la determinación de estos. Cabe mencionar que en la mayoría de nuestros arreglos serán de plantas más que de flores, por varias razones, como son, en cuestión a su tamaño, espacio, fácil manejo o menos complicado que las flores, ya que las

plantas se limpian con mayor facilidad y al maltratarse con el ir y venir de estas, es posible arreglarlas y con las flores artificiales es más difícil si estas se doblan o se ensucian poderlas arreglar para que nos sirvan para otra ocasión.

Con esto no quiere decir que se van a eliminar, sino que en un mayor porcentaje se utilizarán plantas, otro factor que influye es que en el arrendamiento de plantas ornamentales es más difícil que se pierdan las plantas, porque siempre se manejan por manojos, no como las flores que generalmente son por unidad, es decir estas son pieza por pieza.

Hablando en sí de las plantas ornamentales existe una gran variedad de estas, en todos los aspectos como son, calidad, tipo de material, tamaño, así como todos los aditamentos que conllevan como son las bases o jarrones, donde se van a colocar, con que se van a sostener, con que se van a limpiar, etc. Todo esto se verá en el capítulo cuatro donde se hablará de las plantas ornamentales, donde ya se determinará de acuerdo a la investigación que los más correcto para la micro empresa de arrendamiento, ya que existen muchos tipos de plantas, todas ellas tienen nombres iguales a las de

**las plantas naturales, es decir como las artificiales las fabrican lo más parecido a las naturales, con los tonos verdosos y amarillentos que tienen las naturales, por esto no todas la plantas artificiales tienen el mismo color verde, tienen varios tonos, pues en las artificiales se busca la mayor semejanza con las naturales, así también pasa con los nombres, para distinguirlas unas de otras se les ponen nombres comunes que tienen las naturales, de hecho en este trabajo de investigación siempre se utilizarán los nombres comunes, no los científicos, porque estos, en realidad son los de las naturales y las personas tanto las que están en este tipo de trabajo como los clientes no las conocen con los nombres científicos, sino con los comunes, aunque algunos nombres son curiosos como las plantas que son como arbustos con tallos largos y hojas medianas color verde con blanco se les llaman "teléfono", este nombre para quien conoce de plantas es muy común y rápidamente las identifican y los clientes prefieren estos nombres por comodidad.**

## **CAPITULO 2**

**PERFIL DEL CONSUMIDOR POTENCIAL Y DE  
LOS EVENTOS O LUGARES SUSCEPTIBLES  
QUE REQUIERAN EL SERVICIO DE DECORA-  
CIÓN DE PLANTAS ORNAMENTALES EN  
ARRENDAMIENTO.**

**En el presente capítulo se definirá el perfil del consumidor y de los eventos o lugares a los que enfocaremos nuestra actividad, primeramente, los consumidores que son los clientes, y deben de tener ciertas características similares, ya que como se mencionó en el capítulo anterior, los productos son "especiales", porque sus características son específicas como son: no es un artículo de uso personal, es un producto duradero, porque requiere de un mantenimiento, su precio en algunos casos es elevado, etc., por estas razones los consumidores deben de tener cualidades específicas, ya que van muy relacionados el tipo de cliente con los eventos o lugares en los que se enfocarán las "rentas" o más bien el arrendamiento que se va a llevar a cabo.**

**Por estas razones no puede ser cualquier consumidor con quien se va a estar trabajando o comercializando, por esto se analizará cuales son sus necesidades de espacio, decoración, variedad, etc., para determinar cuales serán nuestros clientes potenciales; y otro aspecto muy importante a considerar es el económico, ya que para determinar la rentabilidad de una empresa es necesario**

contemplar el potencial de nuestros consumidores. También en este capítulo se analizarán a los "eventos" o "lugares" por así llamarlos, porque por "eventos" se entenderá lo que se esta celebrando, ya sea una exposición o una grabación, y por "lugares" se entenderá el área o el espacio a decorar, en algunas ocasiones se menciona como un sinónimo, pero más bien son dos cosas diferentes pero que van interrelacionados; esto es lo que da pie a buscar una decoración temporal, ya que aparte de analizar a los consumidores es necesario plantear y analizar los lugares y ocasiones donde la decoración es parte fundamental, ( en algunos casos ) como ésta se toma como parte del ambiente, que le da vida y por lo regular las plantas ornamentales ayudan a dar sensibilidad, confort, un ambiente agradable, que en algunos eventos es necesario transmitir.

A continuación se darán algunas de las características que tendrán estos eventos:

\* Un tiempo determinado

- \* Un espacio o área definida**
- \* Una decoración apropiada.**

**Por un "tiempo determinado" se entenderá que en dichos eventos ya se hayan establecido la duración que tendrá el acontecimiento, por poner un ejemplo: ¿Cuanto va a durar el curso de capacitación? Y esto es con el fin de determinar el contrato, la durabilidad del tiempo en arrendamiento, también para programar la entrega de las plantas ornamentales y cuando ir por las mismas, para evitar contratiempos y confusiones.**

**Al mencionar un "espacio definido" es para establecer la decoración con el número adecuado de plantas, su tamaño, el estilo de las mismas, para que no existan errores a la hora de realizar la decoración para hacer más amplia esta explicación un ejemplo es: El Salón a decorar es de dieciocho por nueve metros y al realizar la decoración con las plantas consideradas para esa área no la cambien por una más grande o viceversa, por esta razón todo se especificará en el contrato.**

**Y al hacer referencia de "una decoración apropiada" nos referimos a que no en todos los lugares son adecuadas las plantas ornamentales, los motivos pueden ser, espacios muy pequeños, por el tipo de acontecimiento a realizar, entre otros.**

## **2.1 Necesidades de los consumidores potenciales**

Nos enfocaremos a aquellos clientes que de acuerdo a sus actividades requieran de plantas ornamentales en un plazo determinado, o también pueden ser quienes en un determinado lugar busquen una variedad constante; a continuación se mencionarán algunas de las necesidades que se tienen cuando se va a utilizar el arrendamiento de plantas ornamentales.

Primeramente una de las principales necesidades de nuestros clientes es darles ideas en cuestión de decoración, ya que muchas personas tienen que realizar eventos y no conocen cual sería la decoración adecuada, porque la idea de las plantas ornamentales, es buscar en los diferentes tipos de eventos un ambiente agradable, de confort y en algunos casos que el área se vea muy alegre, lleno de vida y en otros que se vea con elegancia o sobriedad, es decir con las plantas ornamentales se puede cambiar totalmente un lugar, porque aunque no es naturaleza pura, plantas naturales, la apariencia que se

requiere dar es esa, ya que son muy similares a las naturales, en textura, color y diseño. Buscar siempre la armonía entre lo que va ser el evento (un galería, fiesta, conferencia, etc.) y el lugar que se tiene con la decoración a realizar, por ejemplo, si es un salón muy grande resulta mejor poner pocos arreglos pero grandes, porque la idea de una decoración no es de "llenar espacios" ni tampoco que se vea muy cargado el lugar. Aunque también hay clientes que requieren de muchos arreglos para delimitar las áreas, cuando en un solo lugar tienes que cambiar constantemente la decoración, en esta no sólo se incluyen las plantas sino también los muebles, cuadros, etc. Este caso es muy común en los estudios de grabación para un programa de televisión, o en una obra de teatro, o en la exposición de obras de arte, como son las pinturas o esculturas; aquí también se utilizan las plantas ornamentales como decoración y para delimitar, por ejemplo, las áreas de cada una de las exposiciones.

Otra necesidad que se les puede presentar es como utilizar o como distribuir el espacio que se tiene, aprovecharlo de la

mejor manera, claro que siempre sin olvidar la función que se tiene o el objetivo a lograr, es decir, si es una exposición de esculturas, no colocar demasiadas plantas o muy grandes, que llamen más la atención que las mismas esculturas, o en hoteles para exhibiciones, el colocar tantas plantas que estorben, es decir siempre ponerlas en lugares en donde se vean, es decir que luzcan, pero no en medio de pasillos o ventanas que no permitan el libre acceso, aunque claro que en algunas ocasiones en cuestión de decoración de plantas ornamentales, es apropiado que se coloquen cerca de las ventanas pero no en medio de esta, para que no estorben, u obstruyan el paso, es importante lo que solicita el cliente, y si éste lo señala así, es necesario darle una explicación del porque no es conveniente poner las en determinado lugar, pero si él insiste se colocan donde el cliente quiera, porque no hay que olvidar que el cliente es primero, es el rey, aunque generalmente, siempre que se solicita a un decorador ya sea para una casa donde solo se le da el estilo que uno quiere, ya sea rústico,

**modernista, etc., todo lo demás queda en manos del decorador, asimismo sucede con la decoración temporal, comúnmente se hace caso a lo propuesto por el experto, ya que invariablemente siempre se buscarán las plantas ornamentales más adecuadas para el lugar y para el acontecimiento que se va a presentar, así como colocarlas en los mejores sitios.**

**Asimismo como necesidad de espacio se puede entender que el cliente renta porque no tiene lugar donde almacenar las plantas ornamentales ya que en la actualidad no hay espacio, como se observa en las construcciones de las casas habitacionales cada vez son más pequeñas, y se tiende a construir en forma vertical, ya no en forma horizontal como se hacía anteriormente porque existía mucho espacio, otro ejemplo notable es en los nuevos centros comerciales los locales cada vez son más pequeños y se cuelgan los artículos en las paredes ya sean ropa, muebles, porque las áreas son muy reducidas y hay que aprovecharlas al máximo. En virtud de que cada vez son más limitadas y por lo mismo no hay lugar**

**para el almacenamiento de productos o artículos que se utilizan esporádicamente.**

**Un ejemplo muy claro en cuestión de la falta de espacio en el almacén, es cuando las tiendas departamentales les conviene más vender a precios muy bajos, con grandes descuentos la ropa de la temporada que acaba de pasar, que guardarla para el próximo año, aunque aquí interviene un poco el factor moda, pero se observará en ropa clásica o artículos de temporada que se utiliza una vez cada año se venden muy baratos porque les conviene más rematar esos artículos que guardarlos para el siguiente año, ya que en muchas ocasiones cuesta más dinero el almacenar toda la ropa que darla con descuentos muy considerables.**

**De esta misma forma sucede con los lugares susceptibles para colocar las plantas ornamentales, ya que estos también pueden ser rentados o de su propiedad pero solo por esa ocasión lo van a utilizar exclusivamente para ese evento y no tienen donde colocarlas posteriormente, esta es otra razón porque los cliente se inclinan por arrendamiento**

**y no por la compra, ya que las plantas ornamentales ocupan un espacio considerable y para comprarlas y no darles un mantenimiento de limpieza, o tener las almacenadas, maltratándose es mejor rentarlas y así no se gasta tanto, y siempre el lugar se ve bien, es decir con una buena apariencia.**

**Por otra parte, también se tiene la necesidad de la variedad, es cuando los clientes quieren que el lugar siempre se vea diferente, con una apariencia distinta cada determinado tiempo, como se observó en las investigaciones, una florería rentaba diariamente arreglos de plantas y flores a un programa de televisión que lo transmitían todas las noches, y la renta era diaria, porque todos los días se ponían arreglos diferentes, la característica de este caso era la variedad que requería el programa televisivo, para dar la idea de estar en distintos lugares y siempre se viera novedoso, alegre, agradable a la vista.**

**Esta necesidad se puede enfocar a los distintos clientes potenciales, es decir a los que constantemente requieran de nuestros servicios para un mismo lugar o bien para los que tienen eventos constantes, con personas donde**

**el ambiente y la decoración son factores importantes, y la presentación sea un factor que influya, como en las exposiciones de obras de arte, o en la grabación de películas, así como nos explicaron que se da renta de las plantas ornamentales en grandes cantidades, pero es necesario tener gran variedad para dar la idea de diferentes lugares, como ya se dijo anteriormente, es necesario que en un mismo lugar cambie toda la decoración para dar el aspecto de estar en otro sitio, esta necesidad también va acompañada de todo lo que forma parte de la decoración, como son los muebles, o escenarios completos con paredes, ventanas, etc.**

**Las plantas también influyen en la decoración general de un escenario de grabación, tomando a ésta como un ejemplo más, ya que es importante darnos cuenta de las necesidades de nuestros clientes, y más adelante se verán cada uno de los lugares y eventos en los que se puede utilizar el arrendamiento de plantas ornamentales; ya que estas necesidades que aquí se plantearon son las que se creen que comúnmente se tienen, ya que pueden existir muchas otras, porque cada**

**cliente es especial y con diferentes necesidades, porque un mismo cliente puede tener una o varias necesidades y por eso prefiere rentar que comprar.**

## **2.2 Potencial Económico de los consumidores**

**Un aspecto significativo dentro de cualquier investigación de mercados acerca de los clientes, es estudiar o conocer su potencial económico, como se mencionó anteriormente, nuestros clientes deben tener ciertas características en común, así como en cuestión de sus necesidades, así también en su capacidad económica.**

**Cuando se realizó el estudio de los clientes, un factor importante a considerar es precisamente el económico, ya que generalmente al mencionar "clientes" en una investigación, siempre se menciona este factor, porque para comprar cualquier artículo, esto es un punto que llega a afectar en la adquisición de los productos. Como sucede en muchísimos productos que salen a la venta y no tienen el éxito que se espera, y es precisamente por no haber hecho un estudio económico de los posibles clientes, estos productos no se venden y en ocasiones se preguntan el porque, cuando el producto es de excelente calidad, su uso es funcional o de necesidad, pero el factor**

**económico no lo consideraron, es decir, ciertos se venden solo en determinados mercados. Por eso es necesario precisar cuales van a ser tus clientes potenciales y al realizar cualquier investigación, lo primero que hay que plantear es cuales van a ser tus objetivos, de lo que esta buscando, a donde se requiere llegar, y dentro de la nuestra un punto muy importante aparte de las necesidades de nuestros clientes que ya se determinaron en esta investigación, se hicieron varias referencias para saber cual es el mercado que se va a abarcar en cuestión económica.**

**Primeramente, se empezó la investigación hacia las personas que se cree que puedan utilizar este servicio, ya que no es un producto para todo el mercado como puerden ser comida, y hasta para estos productos alimenticios hay determinados mercados, ya sea por el precio, por costumbres, por no conocer como es su preparación, etc.**

**En relación de nuestros productos sólo le interesa a cierto sector y dentro de este, se determinó cuales sería los clientes potenciales, porque como en todas las investigaciones se realizan para un sector al que se cree que va a ser nuestro mercado pero generalmente siempre varia un poco,**

como sucedió en nuestro caso, se realizaron varios cuestionarios y entrevistas, se empezó por empresas particulares con las personas de los departamentos de servicios, coordinación de eventos especiales, etc. Donde se explicó primeramente, cuales son nuestros productos y cual iba a ser el tipo de servicios que nosotros prestaríamos, y no todos se interesaron por nuestros productos, dando explicaciones como que no les dan presupuesto para sus eventos, que no les interesa la decoración, y a otros que sí les interesa, pero que ya tienen salones u oficinas especiales, ya totalmente decoradas para sus eventos incluyendo el mobiliario y todo lo que se utiliza para estos eventos, ya sean conferencias, exposiciones, etc.

A otras empresas grandes si les interesó nuestro servicio, ya que les dan presupuestos muy amplios para sus eventos, hasta para rentar en otro lugar y realizar la decoración apropiada, o dentro de sus instalaciones pero que en determinado tiempo se cambie la decoración como cuando hacen la presentación de un nuevo producto, cuando dan

**reconocimientos al personal, que generalmente es una vez al año y hacen una ceremonia, decoran salones muy grandes, alquilan toda la decoración incluyendo los muebles y es aquí donde entran las plantas ornamentales.**

**Dentro de las empresas públicas existen Secretarías de Gobierno donde se utilizan estos servicios solo cuando tienen presupuestos considerables y los aplican en la decoración. Un ejemplo es la Secretaría de Desarrollo Social, cuando hacen celebraciones para mucha gente, como para festejar el día de las madres o la fiesta de fin de año, llegan a rentar plantas ornamentales en salones que si son de su propiedad y los decoran.**

**También se aplicó la investigación a empresas medianas, tanto de un nivel económico alto, como medio y realmente no les interesó nuestra propuesta y no tanto por la cuestión económica, sino porque no realizan eventos tan grandes como para aplicar una decoración en arrendamiento, y de igual forma porque sus eventos son muy esporádicos.**

**Del mismo modo se realizó con gente pero no precisamente de empresas, sino con personas donde dentro de su mismo trabajo utilicen la decoración, es decir sea parte fundamental como son los estudios de grabación, teatros pequeños donde no tienen espacio para guardar todo lo que utilizan en todas las obras que se van presentando, a ellas si les llamó la atención nuestra propuesta, sobre todo por el almacenamiento de las mismas, ya que al no ser propias, no se preocupan por el mantenimiento de limpieza y ciertos cuidados que se necesitan y al estar arrendando ellos no lo realizan.**

**Otro sector donde se aplicó nuestra investigación fue para personas que realizan eventos sociales y aquí el éxito solo fue para un cierto nivel económico que es el alto, ya que para sus eventos sociales siempre ponen mucho empeño en la decoración, para ellas es muy importante la apariencia que se presenta.**

**Como se puede observar en todos los sectores donde se realizó la investigación, la gente que realmente le interesó fue para los sectores de nivel económico elevado, ya sea en empresas grandes, ya sean públicas o privadas, y para las personas que tienen recursos económicos, porque**

**es importante considerar la situación económica que se está viviendo actualmente, donde en ocasiones le dan prioridad a otras cosas que a la decoración en sí.**

## 2.3 Tipos de Eventos

Como se mencionó en el capítulo anterior, nosotros llamamos a los "eventos" lo que se celebra, el motivo de la reunión, el para qué decorar el lugar, para qué se puede utilizar las plantas ornamentales en arrendamiento.

Entonces, a los eventos los podemos clasificar de la siguiente manera:

- \* Laborales
- \* Sociales
- \* Culturales
- \* Generales

**Laborales:** En este ramo se encasillarán aquellos eventos que se realicen por cuestión de trabajo, cuando se utilice la decoración de plantas ornamentales en arrendamiento ya sea dentro de la misma empresa o en salones destinados para estos eventos como pueden ser: Cursos de capacitación, juntas para la alta dirección, presentación de nuevos productos, cambio de imagen de los artículos que ya existen en

el mercado pero que sufren ciertas modificaciones y es necesario hacer la presentación de estos, reconocimientos al personal, para celebraciones que hace la empresa para sus empleados, como son la fiesta de fin de año, la fiesta para la Virgen de Guadalupe que en las plantas manufactureras es un día muy especial, para festejar el día de las madres. Estos eventos en ocasiones los realizan dentro de las misma empresa o en salones alquilados exclusivamente para estas celebraciones, ya que casi todas son una vez al año. Éstas se pueden conjuntar con las generales ya que como no siempre se realizan dentro de la empresa, las hacen en hoteles grandes que tiene salones especiales para estas reuniones. Un ejemplo es en la presentación de un nuevo producto lo hacen dos o tres días y con mucha gente entre ellas están los empleados, pero también sus clientes, que en ocasiones llegan a ser otras empresas, porque no todas la empresas fabrican productos para el consumo del público en general, sus productos son más especializados, llegan a ser materia prima de otras empresas y por tal motivo la presentaciones se realiza en hoteles o

salones, y no son para el público en general sino para personas que están dentro de ciertas ramas de la producción.

**Sociales:** Son todos aquellos eventos personales, es decir los que se realizan entre familiares y amigos para celebrar ya sean cumpleaños, bodas, quince años, graduaciones, presentaciones; y la decoración la alquilan, esto puede ser en sus propias casas o también en salones de fiesta, como se mencionó en el sub capítulo anterior, esta propuesta solo les interesó a los niveles altos de la sociedad, porque son quienes tienen el poder adquisitivo para poder pensar en una buena decoración dentro de sus celebraciones.

**Culturales:** Aquí se enfocarán todos los eventos donde se utilizan las plantas ornamentales en arrendamiento para decorar los lugares donde se realizan eventos de tipo cultural, es decir para las presentaciones de obras de arte, como son pintura, esculturas, exposiciones de productos novedosos, porque generalmente no solo se presenta el artículo en sí, siempre se busca una adaptación o una ambientación relacionada con los productos, esto es para dar una idea

más clara donde se puede colocar las obras de arte o para que luzcan de una manera más armoniosa. También se utiliza decoración en arrendamiento en las conferencias que se realizan dentro de auditorios donde no tienen una decoración apropiada para transmitir tranquilidad, pero tampoco que esto sea motivo para distraer la atención que se le debe prestar al expositor.

**Generales:** En este sector se enfocarán a todos los eventos que no entran en los otros tres bloques, y que en sí son más generales como son: colocar las plantas ornamentales en hoteles y centros comerciales, donde requieren una decoración variada cada determinado tiempo, para que no siempre se vea de la misma forma, que en ocasiones llegan a ser aburridos estos lugares cuando no se va cambiando la decoración.

## **CAPÍTULO 3**

### **DISEÑO DE ESTRATEGIAS PARA INICIAR EL SERVICIO DE DECORACIÓN DE INTERIORES BASADA EN PLANTAS ORNAMENTALES.**

**En esta micro empresa donde el producto son las plantas ornamentales, se enfocará mercadológicamente, como un servicio, que es parte integral de una decoración para los distintos eventos ya analizados en el capítulo dos, es necesario marcar ciertas estrategias a seguir, y estas serán basadas en las características muy peculiares que tiene esta micro empresa, como son: El arrendamiento, que tiene la particularidad de ser en un tiempo determinado el uso del mueble ( llamado así legalmente ) es necesario fijar lapsos determinados, por ello más adelante se presentarán en los siguientes subcapítulos donde se especificarán los aspectos importantes para hacer posible el arrendamiento y a raíz de estos, se establecerán algunas estrategias a seguir como parte integral del mismo, que son para lograr el buen funcionamiento de la micro empresa.**

**Especificar el uso que tendrán dichas plantas, buscando siempre el mayor beneficio de estas, es decir, lograr la máxima utilidad de ellas, aunque por sí solas las plantas nos brindan decoración, bienestar, armonía, tranquilidad, ambientación, confort, etc.**

**Establecer cuales van a ser los diferentes tipos de plantas que se van a manejar, ya que existen muchas especies y clases de ellas, esto también es un aspecto a considerar para fija los precios, así como el tiempo en arrendamiento.**

**Como este trabajo de tesis puede servir de base para otras micro empresas similares, no exactamente igual pero en todas se busca llegar al objetivo general que es lograr el buen funcionamiento de la misma, es necesario tener presente las estrategias, por ello a continuación se presentan definiciones de estas y posteriormente las posibles a aplicar.**

**El término "estrategia" es un vocablo tomado del arte militar y significa:**

**"La Disposición de las fuerzas totales para vencer al enemigo, digamos con un plan maestro."<sup>4</sup>**

**Según Harold Konntz nos dice:**

**"El propósito de las estrategias, es determinar y comunicar a través de un sistema de objetivos y políticas, una imagen de lo que desea que sea la organización**

<sup>4</sup> Laris Casillas, Francisco Javier, Estrategias para la planeación y el control empresarial pág. 29

las estrategias muestran una dirección definida e implican un despliegue de los recursos y esfuerzos, no intenta delinear exactamente como se deben alcanzar los objetivos”<sup>5</sup>.

Y Geroge A. Steiner nos informa:

“El origen etimológico de la palabra viene del griego “strategos” que quiere decir general, y literalmente la palabra estragegia significa: El arte de los generales, y la definición actual de estrategia es aquella acción de alta dirección que una empresa realiza y que es fundamental para la empresa.”<sup>6</sup>

Acrescentando la información podemos concluir como concepto de estrategia: La acción guiada por un sistema de objetivos y políticas en una misma dirección, sin que esta sea una regla para llegar al objetivo.

Ya definida y entendida que es una estrategia, proseguimos a mostrar algunas estrategias posible que se pueden aplicar en una micro empresa como ésta.

<sup>5</sup> Koontz, Harold. Cursos de Administración Moderna, pag. 148.

<sup>6</sup> Steiner, Geroge A. Planeación Estratégica pag. 338

### **3.1 Aspectos Mercadológicos**

En todas las micro empresas es necesario aplicar Mercadotecnia, es una de las áreas en las que por el tamaño de la misma no existen departamentos específicos, aunque todos los departamentos son muy importantes y si falta uno de estos, la empresa no funciona correctamente, aunque claro llega a ser una desventaja la multiplicidad de las actividades del personal, porque es una micro empresa como su nombre lo indica es muy pequeña y la misma persona, por poner un ejemplo, que es quien hace las ventas, también distribuye el producto y se encarga de hacer los cobros, así evitando tener mayor personal, pero no porque no exista un departamento de "Crédito y Cobranzas" se va a dejar de cobrar, o al no tener el departamento de "Recursos Humanos" no se va a dejar de reclutar, seleccionar, y capacitar, aunque estas actividades se realizan muy esporádicamente y por lo mismo de una manera muy sencilla, pero nunca se dejan de realizar estas funciones.

**Por tal razón es importante tomar en cuenta que así como se practican las actividades de otros departamentos aunque no con un título o nombre de "Departamento de control de Calidad" no se deja de realizar esta función.**

**En el caso muy especial de Mercadotecnia es necesario, antes de proseguir con las estrategias a seguir y en que nos basamos para considerarlas, es importante dar algunos conceptos de Mercadotecnia para que este nos quede más claro, porque este término se manejará constantemente. A continuación se verán varios conceptos de diferentes autores, para así poder entender ampliamente y poder sacar el nuestro propio.**

**Según Philip Kotler conceptua a la Mercadotecnia como:**

**"La actividad humana tendiente a satisfacer los deseos y necesidades mediante procesos de intercambio"<sup>7</sup>**

**Y William Santon nos dice que:**

**"Mercdotecnia es una filosofía de la empresa que plantea la justificación social y económica de la existencia de la**

---

<sup>7</sup> Kotler, Philip. **Mercadotecnia**, pag. 11

**empresa, es la satisfacción de las necesidades de los clientes. De tal modo, todas la actividades de la compañía deben estar orientadas a encontrar las necesidades de los clientes y a satisfacerlas, al mismo tiempo que se producen utilidades a largo plazo.”<sup>8</sup>**

**El Glosario de mercadeo de Konrad Fischer, la conceptua como:**

**“La planeación, dirección y control de la actividad total de mercadeo de una empresa o de una división de la empresa, incluyendo la formulación de los objetivos, políticas, programas y estrategias mercantiles, abarcando generalmente el desarrollo del producto, la organización y asignación de tareas a las personas que han de llevar a cabo los planes, asi como supervisar y controlar el desarrollo de las operaciones mercantiles”<sup>9</sup>**

---

<sup>8</sup> Stanton, William. Fundamentos de Mercadotecnia, pag. 13

<sup>9</sup> Konrad Fischer Rossel. Glosario de Mercadeo pag. 148

Con estos conceptos de varios autores con diferentes criterios, nosotros podemos sacar nuestra propia conceptualización y es:

**Mercadotecnia:** Son todos los bienes y servicios que presta una empresa, que van encaminados a satisfacer las necesidades del mercado a través de un intercambio.

Ya entendido este concepto, pasamos a las estrategias de Mercadotecnia que son importantes considerar para esta micro empresa, que como se mencionó en el capítulo dos, es de tipo comercial, y para esta las estrategias pueden ser:

**Ventas**

**Precios**

**Promoción y Publicidad**

### **Estrategias de venta**

Primeramente es preciso aclarar que en esta micro empresa es de arrendamiento, pero esta estrategia se llama de "Ventas" porque invariablemente se utiliza esta palabra para los distintos puntos que van a ver en este trabajo, pero siempre se enfocarán en función de una renta en sí y de acuerdo

a lo ya estipulado se dará una aportación para englobarlo en la micro empresa de arrendamiento.

Existen varias estrategias de ventas, pero estas tienen una clasificación de acuerdo a su forma, ya que existen muchas y solo se verán la que se aplicarán, y estas serán enfocadas a las dos características principales que se tienen, como son el tamaño, que es una micro empresa y la principal función que es el arrendamiento y todas las planteadas aquí se enfocarán sin olvidar estas características.

Se empezará, cómo va a ser el procedimiento del arrendamiento, es decir que tipo de "ventas" se aplicarán, cuales se podrán utilizar y de acuerdo a nuestro criterio serán las siguientes:

**Venta de mostrador:** Se le llama así cuando los clientes son los que asisten al establecimiento donde se encuentran los productos, y ahí mismo se realiza la venta.

Al ser una micro empresa esta iniciará como se verá más adelante, se tendrá en el mismo lugar de las oficinas, una "sala de exhibición" donde su función será mostrar a los clientes los productos, y ahí mismo se puede llevar a

cabo la negociación, aunque con la modalidad de que como es arrendamiento es importante conocer el área donde se van a colocar las plantas, pero esto se puede hacer después de que los clientes ya conocen físicamente nuestra variedad de tamaños y estilos de las plantas.

**Ventas por teléfono:** Como su nombre lo indica es cuando se realiza la venta, donde se plantean todos los aspectos o condiciones de venta, todo es por teléfono, y es principalmente por comodidad y ahorro de tiempo, y en el caso particular de esta micro empresa, es un buen procedimiento ya que por teléfono puede ser nuestro primer contacto con los clientes aunque después se pase a visitar en el lugar a decorar, llevándoles catálogos para mostrar los productos y los conozcan físicamente.

**Ventas por catálogo:** Es cuando se elabora un "catálogo" con todos los productos que se manejan, generalmente es cuando existe una gran variedad de productos, y se dan opciones de los mismo, en estos se dan las especificaciones, nombre y códigos, pero en este caso solo se enfocará para dar a conocer los productos en sí, aunque hay que olvidar que es su principal función sino para mostrar como se ven las

plantas en los distintos lugares y eventos, dar ideas en donde se pueden emplear, y como se verían en su área, ya que al ser un producto de difícil manejo no se pueden traer de un lado para otro solo como demostración y este catálogo nos facilitará el trabajo, por esta razón se cree que esta será una estrategia a seguir muy importante para esta micro empresa.

**Ventas por visitas a empresas:** Estas son las que se realizan cuando se visita a las empresas directamente, es decir cuando se tendrá contacto directo con los clientes en el lugar a decorar.

Otras estrategias de ventas son:

**La forma de pago:** En el siguiente tema se verá que al ser una "renta" se realizará el pago por anticipado antes del goce del mueble, pero cabe mencionar que habrá flexibilidad para el pago, dependiendo del cliente, ya que existen empresas donde no manejan otra forma de pago que no sea a crédito, pero siempre dando un respaldo con un documento, que lo llamaremos "contrato".

**La entrega del producto:** Esta función siempre será por cuenta de nosotros, por varios aspectos, el más importante

por que no hay que olvidar que es "arrendamiento" y las plantas son un producto delicado y frágil, por llamarlo de alguna manera, y por tal motivo es mejor que el manejo de las mismas sea por nuestra parte, otro aspecto es que la función como empresa no solo entregarlas, sino se colocarán, acomodarán, se decorarán, buscando la mejor vista, el mejor sitio, que sea agradable, que se vea decorado el lugar, que no se encuentren en el camino donde transita la gente, para evitar que se maltraten, aunque se sabe que esto es imposible, porque a las personas, generalmente les gusta tocarlas, o no las cuidan y las maltratan, como en ocasiones las utilizan de ceniceros, tirando ceniza de cigarro o basura, pero siempre se procurará dejarlas en el mejor espacio.

### **Estrategias de Precios**

Para establecer las estrategias de precios, primeramente se tendrá que hacer un análisis de los elementos que influyen a estos, como son los costos de administración y distribución, margen de utilidad que se manejará, entre otros, para que posteriormente se determine el precio de renta.

**Se empezará por el costo de las plantas, que es la cantidad más representativa al determinar el precio de renta, antes de mencionar los otros factores que influyen a este. A continuación se mencionan los principales elementos que son necesarios para crear una planta ornamental.**

**Esta información se obtuvo de un mercado de la ciudad de México, llamado "La Merced", se visitaron varios mercados ya que para comprar los productos es necesario buscar los lugares donde estén a un precio más bajo, porque es muy importante encontrar lo más económico y fue aquí donde se encontró, y también porque ahí venden todo lo que se necesita para crear las plantas ornamentales y a un precio realmente accesible y con una variedad de estilos y tamaños.**

**Se empezará por lo que es más importante en una planta que son los árboles y arbustos, la diferencia entre ellos radica solo en el tamaño.**

**Arboles que miden como 1.20 mts. están alrededor de \$ 100.00 y \$ 130.00 pesos, como son:**

- \* Ficus Verde
- \* Ficus Capence (hojas moradas)
- \* Croto
- \* Hoja de pera
- \* Piñanona
- \* Filo
- \* Polinesia
- \* Flor de Durazno

Los arbustos que son los que miden 70 cms. Aproximadamente, hay de varios estilos y su precio varia entre \$ 70.00 y \$ 90.00 pesos, y son:

- \* Amuena
- \* Palma
- \* Palma Abanico
- \* Palma Areca
- \* Palma Cola de Pescado
- \* Palma Fénix

- \* Caladium
- \* Croto
- \* Warneki
- \* Aralia

Ahora se verán las flores y algunas plantas que se compran en diferentes formas, es decir no tienen una estandarización como las anteriores, pero también es necesario mencionarlas porque forman parte de nuestros productos.

Las hojas pequeñas como de 12 cms., y su presentación es de 100 piezas su precio es de \$ 15.00 pesos.

El Dollar, que es una planta más común porque se utiliza tanto en los arreglos naturales como en los artificiales, ya que desprende un aroma muy agradable y duradero, su presentación es por manojos, miden 40 cms. Aproximadamente y son de varios colores, el más común es el verde fuerte pero también existe verde claro, vino, morado, rosa viejo o café amarillo y tienen un costo de \$ 10.00 pesos.

**El pino se vende también por manojos pero muy pequeños, son de color verde fuerte y su precio es \$ 5.00 pesos.**

**Las Flores muy pequeñas, a las que llaman naturaleza muerta, porque son flores naturales pero como disecadas y las pintan de diversos colores como son : rosa, azul morado, amarillo, naranja, y blanco, estas se vende por manojos y su precios es de \$ 15.00 pesos.**

**Otro artículo muy importante en nuestras plantas serán las flores, aunque ya se mencionó que no se utilizarán mucho por varios aspectos también se mencionan y sus precios son los siguientes:**

**Los alcatraces de tamaño mediano como de 30 cms., se vende por pieza y nueve de estas tienen un precio de \$ 25.00 pesos.**

**Las rosas, claveles y alcatraces más pequeños y de varios colores y su presentación es en cuartetos su precios es de \$ 6.00 pesos.**

**Y hablando de flores grandes, de varios colores se venden por pieza, la medida es de 50 cms., aproximadamente, como son los mirasoles y alcatraces, y cuesta \$ 13.00 pesos.**

**Existen flores muy pequeñas a las que les llaman "nube" su presentación es por manojos y también las pintan de varios colores como son blanco principalmente, rosa, rojo, naranja, morado, y azul, cuestan \$ 18.00 pesos.**

**Hay otra modalidad de estas flores que les llaman "snob" que son precisamente nube tratada, como deshidratada en color blanco, se vende por manojos y su precio es de \$ 15.00 pesos.**

**El trigo, que son iguales a los naturales pero más pequeños, hay en color natural y los pintados que son de varios colores y los venden en presentación de media docena de espigas por \$ 15.00 pesos.**

**Otro producto que es importante considerar son los jarrones, existen muchos tipos como son de latón, acero inoxidable, con ruedas, de mimbre en dos ó tres tonalidades de café, de fibra de vidrio que pueden ser de un solo color o decorados, es decir con flores formadas por el mismo jarrón o solamente pintadas, a estos es muy usual que se les pongan cintas o moños, estos varía de precio entre \$ 50.00 hasta \$ 150.00 pesos, dependiendo del tamaño.**

**También hay dos productos que son necesario en cualquier arreglo, que no son caros ni tienen gran complicación, pero son esenciales para cualquier tipo de planta ornamental, como son el "Foam" que es como hule espuma pero duro, que posteriormente se pinta, y este se coloca para darle forma a las plantas y no dejar un vacío en la base o jarrón.**

**Otro aspecto a considerar y que es la columna vertebral de las plantas o árboles muy altos es un recipiente pequeño como de un litro y se llena de yeso para fijar el árbol o arbusto, para que estos no se caigan o se inclinen, por esta razón las plantas siempre se mantendrán en la misma posición, ya que posteriormente se abre el árbol para darle forma.**

**Ya dándonos una idea más a fondo de lo que cuestan las plantas artificiales y cada una de sus partes que la integran se puede llegar a la conclusión que el costo de esta varían entre \$ 200 y \$ 500.00 pesos aproximadamente, que es lo que se le llamará materia prima, pero dentro del precio de venta hay otros factores que también se deben determinar como son la mano de obra, el costo de distribución, los gastos de**

administración y el margen de utilidad.

A continuación se verán los aspectos que nosotros consideramos en cada uno de estos gastos, en los cuales se van a reflejar:

- \* **La mano de obra:** Es el importe a pagar a los trabajadores, toda aquella labor incurrida en la elaboración del producto. Como son: quienes transportan la materia prima, quien elabora la planta para convertirlo en un producto terminado, quien lleva y trae las plantas a los diferentes lugares, la persona que realiza la negociación, que esta en la oficina llevando lo administrativo, etc. Todos aquellos que contribuyan para esta micro empresa se considerará como mano de obra.
- \* **Costo de Distribución:** En este costo incluye todo lo relacionado para la entrega de los productos como son: el vehículo en donde se transporta las plantas con todos los gastos que lo conlleva como son la gasolina, el mantenimiento del mismo, etc.
- \* **Gastos de Administración:** Son todos los otros gastos que afectan al costo del producto como son: la renta, luz,

teléfono, mobiliario, papelería, publicidad, etc.

\* **Margen de Utilidad:** Es el porcentaje que se establece para las ganancias, este margen siempre depende del tipo de producto principalmente, ya sea de primera necesidad o de lujo, o de la demanda del mismo, de su costo, si es nacional o de importación, tienen muchos factores los que afectan a la utilidad pero sea el porcentaje que se aplique, se tendrá presente que durante un tiempo esta utilidad solo servirá para reinvertir, es decir no se tomará como ganancia, sino como inversión, para que la micro empresa crezca y no solo para que cambie a ser una pequeña empresa, más bien para que sea una empresa bien estructurada, con bases firmes, ya que es el problema de las micro empresas, porque en estas se puede ganar mucho dinero porque los costos realmente son bajos y el porcentaje de utilidad por producto también y esto ayuda a tener grandes ventas pero nunca olvidar que es necesario invertir para permanecer en el mercado.

Tanto el costo del vehículo para el transporte, como el mobiliario en relación a los costos entra como depreciación de los mismos.

**Los costos y gastos se pueden determinar con cálculos en porcentajes, los que no se tienen exactamente, en algunos de ellos es necesario realizar las operaciones, poner en marcha la micro empresa, en base a la experiencia, con los hechos que son datos reales, más que toda la teoría que se pueda establecer, que nos puede fallar en algunos aspectos que no se toman en cuenta hasta que se viven.**

**También dentro de las estrategias de precios se verán los descuentos y los cargos por el financiamiento, si es que se llega a dar, en el caso de los descuentos pueden ser por volúmen, es decir, por la cantidad de productos en renta, porque se puede manejar en los arrendamientos de un mes o más, por tal motivo darles un descuento por dos razones, la primera porque el tiempo es mayor, ya se esta asegurando la renta y la segunda, porque ya se tendrán menos gastos manejando la renta en un sólo lugar que estar transportando las plantas de un lugar a otro, aquí se ahorrará en el costo de la distribución que como ya se mencionó anteriormente es un punto importante dentro de los costos de los productos.**

Otro caso a considerar son los cargos por financiamiento, que siempre se toman en cuenta, porque el dinero no tiene movimiento, así como en los bancos, si se deposita cierta cantidad en él, por determinados días, es decir plazo fijo te paga el banco cierta cantidad, que se le llama interes, o a la inversa, cuando se piden prestamos al banco, te cobran intereses, un porcentaje por el financiamiento, esto ocurre en todas las empresas, quizá no tan marcado, no siempre lo especifican pero siempre se considera.

### **Estrategias de Promoción y Publicidad**

Estas estrategias son importantes, ya que dentro de la decisión de éstas, se podrá variar mucho la cantidad de clientes que se tendrán, ya que estas estrategias son directamente para acrecentar las rentas, y de la empresa dependerá el saberlas, poner en práctica para que la micro empresa funcione.

Primeramente se establecerán las definiciones de Promoción y Publicidad para darnos una idea de lo que realmente significan, para que no existan confusiones dentro de estos conceptos, y lo mejor es asentar en primera instancia, los conceptos para no cometer errores al establecer

**nuestras estrategias. Para conocer estos conceptos se mencionan las que se consideraron sencillas y precisas.**

**El autor William Stanton nos dice:**

**"La Publicidad consta de todas las actividades que implique la presentación de un mensaje patrocinado, verbal o visual, impersonal y relacionado con un producto, servicio o idea a un grupo. Este mensaje, llamado ANUNCIO, se distribuye a través de uno o más medios y es pagado por un patrocinador identificado"<sup>10</sup>**

**Konrad Fischer la conceptualiza como:**

**"Cualquier forma pagada de presentación impersonal o promoción de ideas, bienes y servicios llevada a cabo por una persona o institución identificada; general más no precisamente ésta es realizar por medios masivos. Los siguientes medios entre otros son utilizados por la publicidad.**

<sup>10</sup> Stanton, William. Fundamentos de Mercadotecnia pág. 522

**Espacios en diarios y revistas, películas y diapositivas cinematográficas, correspondencia directa, anuncios en hojas volantes, novedades (calendarios, agendas, etc.) catálogos, listas de guías de referencias, programas y lista de menús, circulares".<sup>11</sup>**

**El concepto de promoción siempre se encontró con otra palabra, es decir en los libros que se consultaron de Mercadotecnia, estaba como parte de otra palabra, y relacionado con lo que se buscaba, se encontró esta definición de "promoción de Ventas", que es lo que realmente se necesita.**

**"Los programas de promoción de ventas son incentivos económicos, informativos o de entretenimiento, que una empresa ofrece a sus compradores o distribuidores. Para los Compradores sus cupones, precios especiales, presentaciones especiales, muestras gratis, y concursos".<sup>12</sup>**

<sup>11</sup> Konrad Fischer, Rossi. Glosario de Mercadeo, pag. 177

<sup>12</sup> Gulltinan, Joseph P., Gordon W. Paul., Administración de Mercadeo, pag. 262.

**Se empezará con los medios publicitarios que se utilizarán, a todas las empresas, porque a todas las empresas le gustaría estar en todos los medios, pero para esto se deberá tener un capital muy grande, porque darnos a conocer por estos medios es muy costoso. Para utilizar los medios es importante considerar dos aspectos, el primero es la cantidad que se esta dispuesto a pagar por ellos, que en nuestro caso es muy pequeño y el segundo depende del público al que nos enfocaremos y utilizar los medios que este mercado maneja, Por estos motivos los medios que se utilizarán son:**

**\* En periódicos de dos colonias, uno que se distribuye en donde se establecerá la micro empresa, primeramente para que la conozcan las persona que están por el rumbo, porque en ocasiones cuando se va a realizar un compra en lo primero que se piensa es en ir a los establecimientos que están cerca. Y en otro periódico de otra colonia, no muy lejana, pero donde se encuentren empresas de grandes corportativos , hoteles y centros comerciales.**

\* En volantes, que se repartirán constantemente, en estos se especificarán las funciones, en lo que es la micro empresa, es este el medio que se cree que es muy buen medio publicitario, considerando que se estará empezando y por lo que consiste en sí la micro empresa. Estos también se pueden repartir entre algunas personas que ya conocieron la micro empresa en otro lugar.

Otro medio publicitario que es muy interesante para cualquier tipo de empresa y que atrae muchos clientes es el anunciarse en la sección amarilla, ya que cuando se utiliza un producto o servicio por primera vez o el cual no se conoce, o no se sabe quien lo puede proporcionar, lo primero es buscarlo en la sección amarilla.

Y dentro de las promociones que se podrán utilizar con los clientes, también de acuerdo al producto, cualquier función que se desempeñe siempre se parte de lo que es el producto, como esta función es el arrendamiento de plantas ornamentales, las promociones serán las siguientes:

**\* A los clientes que soliciten del servicio por segunda o tercera vez, es decir clientes reales, se podrán aplicar un descuento especial ya que esto es atractivo para ellos y para la micro empresa es importante continuar con los mismo clientes, porque como no es común nuestro servicio, es importante que cuando lo requieran nos busquen, claro esta que para que nos sigan llamando se tendrá que desempeñar el trabajo lo mejor posible, porque en sí, esa es nuestra carta de presentación, hacer las cosas bien desde la primera vez.**

**\*También podemos utilizar como una promoción, que en su primer arrendamiento se le obsequie un arreglo, el tamaño dependerá de la cantidad, de la inversión y tiempo que se arrendarán las plantas ornamentales.**

**Así mismo se pueden utilizar una infinidad de promociones, que estas se podrán ver conforme vayan avanzando las comercializaciones.**

## **3.2 Aspectos Legales**

**Al iniciar cualquier tipo de micro empresa que preste servicios, es muy importante establecer las bases en todos los aspectos; en cuestión legal en este subcapítulo se planteará la opción de un contrato de arrendamiento, para proteger principalmente los bienes que en este caso son las plantas ornamentales, ya que solo van a estar en "renta" es necesario definir ciertas cláusulas.**

**Así mismo también es importante para el arrendatario, es decir nuestro cliente, que antes de establecer la renta de cualquier planta se definirán las reglas para cada una de las partes contratantes.**

**En el contrato se establecerán todos los puntos relacionados con el arrendamiento, por pequeños que sean estos, se definirán claramente, para que de esta manera también quede protegido el arrendador (es decir nosotros como micro empresa) este contrato es especial, porque se considerarán a las plantas ornamentales como un bien mueble, con**

**características determinantes y por esa razón hay que considerarlas para la elaboración del contrato, ya que las leyes nos marcan ciertas reglas que no podemos evadir, y como esta micro empresa se manejará de una manera profesional y completa, por lo tanto cada uno de los detalles que la conllevan se harán de la misma manera.**

**A continuación se presenta un formato del "contrato de arrendamiento" que se celebrará en todas la negociaciones a realizar, claro esta que cada caso será diferente, principalmente por las distintas cantidades y tipos de plantas arrendadas, y siempre especificando el uso que se le va a dar a dicho mueble, ya que será para los distintos eventos ya sean sociales, culturales o laborales. Éste será registrado por la Profeco que es indispensable para que tenga validez.**

## **I. ANTECEDENTES**

**CONTRATO DE ARRENDAMIENTO** que celebran por una parte el Sr. \_\_\_\_\_ como arrendador y por otra el Sr. \_\_\_\_\_ como arrendatario y en lo sucesivo se denominarán y se someten al tener de las siguientes cláusulas.

## **II. CLAUSULAS**

**PRIMERA.-** Las partes convienen que el contrato será vigente por \_\_\_\_\_ días forzosos para ambas partes, y que sólo será causa de rescisión si lo pide el arrendatario, expresando su inconformidad justificada.

**SEGUNDA.-** El arrendador concede el uso y goce de las plantas ornamentales \_\_\_\_\_ al arrendatario, pactando ambas partes la cantidad de \_\_\_\_\_ m.n. diarios como pago de la renta del bien descrito en dicho contrato, misma que será pagada al momento de recibir el bien, materia del presente contrato.

**TERCERA.-** El mueble arrendado, declaran las partes, se encuentra en magnificas condiciones, las plantas en sí y el jarrón donde se encuentran, recibe en este acto el arrendador con entera satisfacción y conformidad.

**CUARTA.-** El destino del mueble será únicamente de decoración con domicilio en:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**QUINTA.-** El mantenimiento y arreglos de dicho mueble será por cuenta del arrendador.

**SEXTA.-** Todas las modificaciones del mueble las realizará el arrendador, previamente dadas a conocer al arrendatario, siempre presentadas por escrito.

**SEPTIMA.-** Las partes establecen como pena convencional para el caso del incumplimiento total o parcial del arrendatario un 20% del daño causado, más el pago del respectivo daño o perjuicio de la cláusula del contrato.

**OCTAVA.-** Las partes manifiestan su libre y espontánea voluntad al celebrar este contrato y que para la celebración del mismo no ha mediado vicio alguno de voluntad, y para el caso de controversia o interpretación del contrato se someten

**expresamente a los tribunales del D. F. firmando el contrato en absoluta conformidad, quedando un ejemplar en poder de cada parte.**

**México, D. F. a \_\_\_\_\_ 1997**

\_\_\_\_\_  
**Arrendador**

\_\_\_\_\_  
**Arrendatario**

**Como se podrá observar es importante establecer un contrato, tanto para fijar las normas como para establecer el tiempo del arrendamiento, que es muy importante, así como especificar las plantas a arrendar y el costo de las mismas, y por último el lugar donde se establecerá el arrendamiento, para que no se cambie el domicilio, porque controlar el lugar específico donde se dejan todo el tiempo es más difícil, por su peso, cualquier persona las podrá mover de un lugar a otro, además que con un contrato se compromete más el cliente a respetar las condiciones pactadas; esto es adicional al recibo y a la factura, que es lo acostumbrado, ya que en todas las transacciones donde se utiliza el arrendamiento se utilizan los contratos, ya que tienen más aspectos a establecer y dejar bien definidos, que cuando se realiza una venta, que lo importante en esta, a parte del precio, puede ser la garantía la cual es sólo en determinados productos, porque no hay más aspectos por aclarar, en cambio en una renta siempre varía, sea cual sea el producto, una casa, un automóvil, o un vestido, sólo es "prestado" por llamarlo de alguna manera, nos pertenece solo el**

**tiempo pactado y al término de este se devuelve. Por estas razones es indispensable crear un contrato donde se plasman todos los aspectos que se consideran importantes para no tener diferencias con los clientes.**

## **CAPÍTULO 4**

### **DISEÑO DEL MODELO PROPUESTO**

Como se ha estado desarrollando el trabajo de tesis, el proyecto es crear una micro empresa que su actividad sea rentar plantas ornamentales, basándose en esta propuesta a continuación se verán los aspectos más importantes o relevantes para crear la micro empresa, entre estos están: La ubicación de la micro empresa, la distribución de la misma, el mobiliario y el inventario mínimo que se requiere para iniciar las actividades. Así mismo, se verán otros puntos interesantes de conocer antes de crear la micro empresa.

Para iniciar las labores de ésta micro empresa lo primero es la ubicación de la misma, es decir en donde va estar el establecimiento, haciendo varias investigaciones basándonos en nuestras necesidades como son: Un lugar que sea transitado por el nivel socioeconómico que pensamos abordar, es decir que estuviera cerca de empresas, hoteles, y centros comerciales, en una avenida transitada por este tipo de gente, en un centro comercial pero en planta baja para el manejo de nuestros productos. Un aspecto a considerar es el precio, ya que el capital es poco y no hay la opción de la compra, por tal motivo se buscará un local que este en posibilidad de renta.

Otro punto a considerar es el tamaño, que sea un local pequeño como de 70 u 80 m2., ya que con este espacio se estima que es adecuado para nuestras necesidades.

El paso a seguir es buscar el lugar, ver los locales que están en renta ya que se puede desear en el centro de la ciudad, o en calles muy conocidas, como son Av. Ejército Nacional o Insurgentes Sur, pero en estas no encontramos locales en renta que se adecuen a nuestras necesidades, principalmente por el factor económico. Otro medio en el que se buscó fue el periódico, donde hay varias opciones, de los cuales visitamos algunos, y se decidió por uno, el cual esta en una avenida transitada del Estado de México, la renta es accesible y tiene un pequeño estacionamiento, factor importante para la carga y descarga de nuestros productos.

Ahora bien, ya teniendo definido la ubicación del local, se procederá al análisis de la distribución , ya que este se va a dividir en tres secciones que serán:

**\* La sala de exhibición, donde vamos a colocar las plantas ornamentales ya terminadas para su renta, con una decoración apropiada, dando la apariencia de un comedor, de una sala o una oficina, con el fin de que el público las conozca y se de una idea de como se verán, ya que viéndolas físicamente el cliente se puede interesar más por nuestros productos.**

**\* El almacén donde guardaremos nuestros productos se dividirá en dos secciones, la primera es donde estará toda nuestra materia prima, es decir todo lo que conlleva la planta ornamental pero por separado, es decir, guardarla tal y como la adquirimos, sin hacerle ninguna modificación es decir los árboles y arbustos permanecerán cerrados y amarrados. Y la segunda, en donde los árboles y arbustos ya estén pre-arreglados, es decir cuando ya estén colocados en el recipiente con el yeso, las flores y plantas ya estén divididas por clases y estilos, y aquí mismo es donde se van a "arreglar" o armar las plantas ornamentales ya listas para salir al mercado,**

ya que como todo tiene un proceso el cual lleva varios pasos y consta de varios productos, que quizá el usuario no tiene idea de lo que se utiliza para crear una planta ornamental; como es usar un recipiente pequeño como de un litro y se llena de yeso en la cual se incerta el árbol o el arbusto para mantenerlo erecto, y no se caiga, esto siempre se realiza antes de sacar la planta, ya que en ocasiones se arman o se arreglan las plantas en el mismo lugar donde se van a arrendar, esto es para que en el camino no se maltraten, pero si hay algunas que se tendrán que armar en el local, y esto se realizará dentro del almacén.

\* Y la última sección será la **oficina**, que serán dos o tres escritorios y un archivero, es aquí donde se llevará todo lo administrativo, este es muy pequeño, ya que todo se va a encontrar en le mismo establecimiento.

Ya establecida la ubicación del local, el tamaño y como se va a distribuir el área, es necesario considerar cual va a ser el mobiliario y equipo a utilizar, y el propuesto es el siguiente: Una línea telefónica, esto es lo más difícil de conseguir si el local no lo incluye, dos escritorios medianos, seis sillas

**secretariales, un archivero de cuatro cajones, una máquina de escribir eléctrica, un sofá de dos plazas, una mesa, un sillón y un librero.**

**Y por otra parte está lo que sería nuestro inventario, las plantas ornamentales, ya como producto terminado, y también la materia prima como ya se mencionó anteriormente, y es lo que se va a considerar ya que la micro empresa va hacer todas las plantas, empezando desde la base, hasta terminar con la decoración de la misma . Y para empezar el inventario constará aproximadamente de veinte piezas de cada uno de los siguientes productos, que son: árboles, arbustos, macetones, jarrones, bases (recipientes con yeso) foam, pintura negra y verde.**

**Todo este inventario tendrá poca variación, porque como nuestra actividad sólo será de arrendamiento, no es necesario comprar en cada una de las negociaciones, pero si hay que considerar el mantenimiento de las mismas, por lo tanto después de cada renta es importante arreglarlas y limpiarlas para la siguiente renta.**

Otro aspecto muy importante a considerar dentro de una empresa del tamaño que sea, es el recurso humano, el número de personas que van a laborar en ella y cuales van a ser sus funciones, ya que en muchas ocasiones existen confusiones por no tener descrito debidamente cuales van a ser las funciones, obligaciones y responsabilidades de cada uno de ellos, aunque generalmente en las micro empresas si se establecen las funciones, pero una sola persona desempeña varias funciones que realmente no son de una misma área, pero al ser menor la carga de trabajo, el espacio y el factor financiero así se establece, pero es importante que dentro de estas diversas funciones se especifique el trabajo de cada persona.

En esta micro empresa para iniciar las labores se propone por lo menos cinco empleados, que serán: Dos vendedores o arrendadores, que serán las personas indicadas para atender a los clientes, visitarles, mostrarles nuestros productos y realizar las negociaciones correspondientes, esta labor comienza desde hacer la primera entrevista con el cliente hasta terminar con la comercialización, que esta culmina al pago del arrendamiento.

**Una secretaria, que será la persona que estará físicamente en la empresa, atendiendo el teléfono y realizando trabajos administrativos como son: archivo, elaboración de contratos, facturas, etc.**

**Un chofer, que será la persona encargada de transportar las plantas ornamentales de la empresa con el cliente y viceversa. Y un ayudante general, que este se encargará de llevar un orden y control de almacén, así como decorar las plantas ornamentales, asearlas, y acomodarlas para mantenerlas en buen estado.**

**Y para finalizar este trabajo, se presenta un catálogo que se utilizará para presentarlo a los clientes, como una herramienta del arrendamiento, para que se den una idea de como son las plantas ornamentales que están en renta, las diferentes combinaciones de los árboles y los arbustos, así como también los distintos jarrones que se tendrán, ya que la decoración da esa facilidad de jugar y crear las plantas ornamentales, y esto puede ser al gusto del cliente con la combinación que más le agrada. Claro está que siempre se le indicará y asesorará cual es la mejor opción, que es lo más correcto de acuerdo**

**a sus necesidades, estilo, ocasiones, etc. Pero siempre buscando la satisfacción del cliente, ya que en ocasiones puede haber mucha diferencia entre lo que se ofrece con el gusto del cliente, y siempre se buscará encontrar una media entre estos dos puntos o bien hacer las plantas ornamentales al gusto del cliente ya que no se debe olvidar que el cliente es el rey y debemos buscar su plena satisfacción.**

**Catálogo de plantas ornamentales**



**Ficus Capence**

**Todos los árboles van acompañados de uno ó varios arbustos**

**Aquí se aprecia claramente la combinación de tres diferentes plantas en un sólo macetón, esto va al gusto del cliente**



**Palma "Cola de Pescado" "Arbol Piñanona" "Arbol Warneki"**

## **Arbustos**

Existen diversos tipos de arbustos, esto son parte fundamental en un arreglo de plantas ornamentales. Aquí se aprecia el croto y follaje respectivamente



## Árboles



**Ficus Verde**



**Palma Areca**



**Palma Fénix**



**Aralia, Palma Abanico**



**Árbol de Croto**

**Árbol Filo**



**Árbol Amuena**



**Árbol Piñanona**

**Los Arbustos pueden formar parte de una planta ornamental o bien, existen arreglos que sólo llevan arbustos, pero con varios de estos.**

**Como se puede apreciar existen distintas bases, que pueden ser de diferentes estilo, tamaños y colores.**

**Los Jarrones se presentan en varios estilos, que van de acuerdo a las necesidades del cliente, ya sea por el tipo de decoración o por el tamaño de los mismo, o por las características que presentan cada uno de ellos.**

**En los tibones de fibra de vidrio, también existen con figuras resaltadas que pueden ser flores o moños, y también pueden ir de diferentes colores, que el jarrón.**

**En cuestión de los canastos de mimbre existen de diferentes tejidos y colores estos se encuentra en toda la gama de color café, empezando por el beige y terminando con el café tabaco.**

**Los tamaños varían en cualquier tipo de base, ya sea de fibra de vidrio, mimbre o metal.**

**Los que se tendrán a disposición son de medianos a grandes, que son los más usuales para las plantas ornamentales, estos pueden medir hasta 1.50 mts. de altura.**

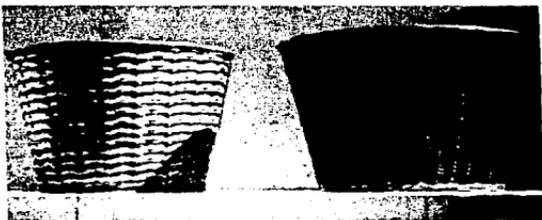
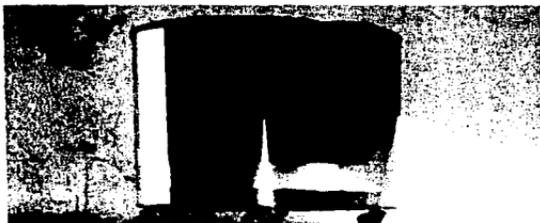
**A continuación se presentan los distintos macetones o bases que se tienen en existencia, cada uno va de acuerdo a la decoración o estilo del lugar que se va decorar.**

**Los jarrones generalmente son ligeros, aunque aparentemente se ven pesados, no lo son, por este motivo son fáciles de mover de un lugar a otro.**

**Bases o Jarrones: Existen de varios estilos, a continuación se presentatn cuatro estilos diferentes que son:**

- \* Tibones de Fibra de Vidrio en varios colores**
- \* Macetones de acero inoxidable con ruedas**
- \* Macetones de latón**
- \* Canastos de mimbre importados**

**Bases, Jarrones y Macetones**



## CONCLUSIONES

**\* En una empresa en donde su función sea el arrendamiento, es muy interesante en cuestión mercadológica, cuando se busca la plena satisfacción del cliente, ya que el trato con él, no termina en sólo mostrar el producto y dar a conocer sus características o cualidades y realizar la transacción de compraventa, sino es tener una comunicación más amplia, realmente se perciben las necesidades que tiene con una convivencia más estrecha donde nosotros como empresa buscamos el bienestar y satisfacción completa, y la relación culmina al mismo tiempo que el cliente termina su evento y nosotros comprobamos como fué nuestro servicio, que esto es muy importante ya que nos sirve para mejorar con los siguientes clientes.**

**\* Al desarrollar cualquier actividad laboral es importante examinar la situación que nos rodea, el entorno económico que se está viviendo actualmente, ya que es necesario conocer estos factores y determinar en donde se establecerán, por ejemplo, el arrendamiento de cualquier bien o servicio ha tenido un desarrollo importante en los últimos años y esto**

**es por varios aspectos, en cuestión financiera, la economía ha tenido ciertos cambios ya que en relación a los costos, es más económico rentar que comprar, y en ocasiones no hay suficiente flujo de efectivo para poder adquirir los bienes. Otro aspecto por el cual se toma la opción de arrendar es por espacio, porque generalmente no se cuenta con él, o esa misma área es utilizada para otras actividades, y esto no es sólo en relación con la decoración, es en todos los sectores como se puede apreciar en el ramo de la construcción, en tiempos pasados la edificación era en forma horizontal y por cuestión de espacio se ha tenido que construir en forma vertical, por las áreas tan reducidas con las que se cuenta, esto sucede en las grandes urbes, donde se concentran un gran número de personas.**

**\* Al iniciar cualquier tipo de empresa es necesario realizar toda una estructura administrativa, donde se delimiten las funciones, se establezcan los objetivos, se realicen estrategias de ventas, la directriz a seguir; que realmente se lleve una planeación como empresa, inclusive en una micro empresa,**

**ya que por pequeña que sea es importante fundamentarla en todos los aspectos para lograr el buen funcionamiento de la misma, así como conocer perfectamente los productos, sus funciones, cualidades y características en cuestión mercadológica, es significativo conocer el ciclo de vida del producto, si es que ya existe en el mercado, y si no es así, realizar la investigación de mercados en un segmento significativo para darnos una idea de la aceptación que tendrá nuestro producto antes de introducirlo en el mercado.**

**\* Una micro empresa de arrendamiento es muy interesante, ya que tienen ventajas que sabiéndolas explotar nos conlleva a tener éxito, esto es en cualquier bien o servicio que se preste, haciendo un análisis financiero, apreciando el costo de la materia prima e incluyendo los costos de mantenimiento que generalmente en todos los productos que se arrendan se considera éste costo, y prorrateando este entre las posibles rentas, el arrendamiento es una actividad muy redituable, y en esta micro empresa también lo es,**

**pero para darle una amplitud a la misma será conveniente combinarla con la venta, es decir, si en esta micro empresa se realizan las dos funciones tendrá un desarrollo significativo, ya que como se pudo observar en las investigaciones la gente no solo busca el arrendar sino también comprarlas; y esta es una ventaja de las micro empresas, ser flexibles y crecer de acuerdo a las necesidades que van surgiendo en el crecimiento de la misma. Otro aspecto que se apreció dentro de las investigaciones, es la necesidad que se tiene de arrendar la decoración pero no sólo las plantas ornamentales, sino todo lo relacionado con ésta, y en esta micro empresa se podrá incluir otros artículos sin salirnos dentro de la misma línea de decoración, como pueden ser listones, figuras, globos especiales, manteles, vajillas, y para hacerlo más completo incursionar en los productos de mesas, sillas, lonas, etc. Esto es porque para muchas personas que están dentro del servicio de decoración prefieren realizar la transacción con una sólo persona que les brinde el servicio completo y no estar tratando con varias personas para un sólo evento.**

## BIBLIOGRAFÍA

- \*AAKER A. David., DAYS. George,  
Investigación de Mercados, México, Ed. McGraw-Hill, 2a.  
edición, 1989.
- \*GULTINAN Joseph P., GORDON W. Paul,  
Administración de Mercadeo, México, Ed. McGraw-HILL, 1991.
- \*HERNANDEZ SAMPERI Roberto,  
Metodología de la Investigación, México, Ed. McGraw-Hill, 1991.
- \* HUGHES G. David,  
Mercadotecnia. Planeación Estratégica, México, Ed. SITESA,  
1986.
- \*KINNEAR Thomas C., TAYLOR James R.,  
Investigación de Mercados, México, Ed. Calypso, S.A. 1990.
- \*KONRAD FISCHER Rossi.  
Glosario de Mercadeo, México, Ed. McGraw-Hill, 1989.
- \*KOONTZ Harold., HEINZ Weihrich.,  
Administración, México, Ed. McGraw-Hill, 10a. edición, 1994.
- \* KOTLER Philip,  
Mercadotecnia, México, Ed. Prentice-Hall Hispanoamerica,  
S. A. 3a. Edición, 1989.

- \*LARRIS CASTILLAS Francisco Javier,  
Estrategias para la planeación y el control empresarial, México, Ed. Trillas, 1988.
- \* LILIEN L. Gary., KOTLER Philip,  
Toma de decisiones en Mercadotecnia, México, Ed. CECSA, 1990.
- \*MÉNDEZ MORALES José Silvestre,  
Economía y la Empresa, México, Ed. McGraw-Hill, 4a. edición, 1992.
- \* RUE W. Leslie., BYARS L. Lloyd,  
Administración, teoría y aplicaciones, México Ed. Alfaomega, 1994.
- \*SANCHEZ MEDAL Ramón,  
De los Contratos Civiles, México, Ed. Porrúa. 11a. edición, 1990.
- \*STANTON William J.,  
Fundamentos de Mercadotecnia, México, Ed. McGraw-Hill, 10a. edición, 1996.

**\*STEINER Geroge A.,**

**Planeación Estratégica, México, Ed. C.E.C.S.A., 1996.**

**\* WALKER Denis,**

**El cliente es primero, España, Ed. Díaz de Santos, 1991.**

**\* Código Civil, México, Ed. Porrúa, 67a. edición 1996.**