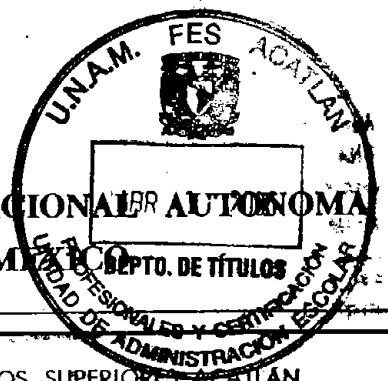




UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO



FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN

LA MICROEMPRESA EN LA ECONOMÍA FORMAL COMO
UNA ALTERNATIVA AL DESEMPLEO.

SEMINARIO TALLER EXTRACURRICULAR

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ECONOMÍA

P R E S E N T A

MATUSALEM MARGARITO RUIZ ALCANTARA

ASESOR: LIC. GUADALUPE URIBE GUTIERREZ



ABRIL DE 2005

m. 342476



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.

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la
UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el
contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: MARCELA MARGRIT
QUIZ ALCANTARA

FECHA: 1-ABR-05

FIRMA: 

**LES AGRADEZCO A MIS
CUATRO GRANDES AMORES:**

- MI MAMÁ MARCELA ALCANTARA T.**
- MI ESPOSA LINDA TORRIJOS A.**
- MI HIJA MARISSA NOHEMI RUIZ T. Y**
- MI HIJO RENE CARLOS RUIZ T.**

**POR EL APOYO Y COMPRESIÓN
QUE ME BRINDARON PARA
LOGRAR ESTA META.**

MI AGRADECIMIENTO TOTAL A LOS PROFESORES:

- LIC. LOURDES PERKINS C.**
- LIC. JOAQUIN CAREAGA M.**
- LIC. RODRIGO CAREAGA P.**
- MTRO. ISRAEL RAMOS G.**

**Y EN ESPECIAL A LA LIC. GUADALUPE URIBE GUTIERREZ POR SU
ASESORAMIENTO, PACIENCIA Y COMPRESIÓN, ASI COMO EL GRAN
ACERVO CULTURAL QUE TUBIERON ABIEN TRANSMITIR A TRAVÉS DE
LOS MODULOS IMPARTIDOS POR CADA UNO DE LOS PROFESORES CON LO
QUE HICIERON POSIBLE LA REALIZACIÓN DE ESTA TESIS.**

Índice.....	1
Introducción.....	2
Capítulo 1.- Categorías de las empresas en México.....	6
1.1.-Microempresa.....	6
1.2.-Características y funcionamiento de la microempresa en la economía formal.....	10
1.3.-Financiamiento.....	19
Capítulo 2.-El desempleo como antecedente de autoempleo.....	26
2.1.-Desempleo en la década de 1993-2003.....	26
2.2.-Subempleo.....	36
2.3.-Autoempleo por convicción.....	41
Capítulo3.-Propuesta de un plan de negocios para mejorar la eficiencia de la microempresa. El caso de una tienda de venta de Artículos al detalle y al menudeo.....	44
3.1.-Población.....	44
3.1.1.-Estudio socioeconómico.....	49
3.2.-Que negocio quiero.....	53
3.3.-Ubicación.....	55
3.4.-Estudio del mercado.....	58
3.4.1.-Misión del negocio.....	66
3.5.-Definición de los artículos a comercializar.....	67
3.6.-Abasto del mercado.....	69
3.7.-Análisis de la oferta y la demanda.....	71
3.7.1.-Análisis de precios.....	76
3.8.-Costos.....	79
3.9.-Administración.....	81
3.9.1.-Recursos Humanos.....	83
3.10.-Capitalización del negocio.....	84
3.11.-Requisitos legales.....	88
-Conclusiones.....	89
-Anexos.....	94
-Bibliografía.....	111

INTRODUCCION

Objetivo General.- Lograr que las familias de personas emprendedoras obtengan recursos económicos suficientes y dignos mediante el autoempleo con la creación de micro empresas y/o pequeños negocios familiares como fuente de ingresos.

Hipótesis.- Con la creación de micro empresas como pequeños negocios familiares se puede disminuir el desempleo que es un grave problema en México.

El presente trabajo está elaborado de una manera sencilla, con la finalidad de que las personas que lo lean les sea de fácil y ágil lectura así como entenderlo sin dificultad, no tiene tecnicismos ni formulas que no estén al alcance de cualquier persona con talento promedio en la materia. Más bien para algunas personas les parecerá demasiado sencillo y para otras, interesante, pero lo que más deseo es que a alguien le sea de utilidad ya que es una de las metas en el objetivo general del estudio.

En el Capitulo 1 se describe a la microempresa así como sus características y financiamiento, el presente estudio tiene por objeto analizar y adaptar los principios básicos y técnicos que puedan ser aplicables para la creación de una microempresa y/o pequeño negocio, cuyo objetivo principal es el de generar empleos y obtención de utilidades así como poner en practica habilidades y conocimientos teórico-prácticos, también, analizar y aprovechar la experiencia y métodos estratégicos que han utilizado algunos emprendedores exitosos en las microempresas, así como ver la manera de hacerle frente al nuevo ambiente que nos puede presentar el entorno, que en la actualidad esta lleno de riesgos e incertidumbres en lo económico, social y político, el cual requiere de un programa económico real y emergente, que pueda garantizar la sobre-vivencia de los microempresarios.

La microempresa juega un papel importante en el crecimiento económico del País y sobre todo en la zona donde se establezca y una de sus ventajas, entre otras, es la de mantener una relación directa con el cliente, es decir, un estrecho contacto, al que atiende de manera personalizada con todas sus exigencias, estas exigencias del cliente, así como el entorno respecto a la competencia son las que nos hacen reaccionar con rapidez y nos llevan a hacer ajustes o cambios con prontitud al negocio.

Los criterios de la competencia, las fallas del abasto y cualquier otro factor que intervienen en el desarrollo de la microempresa, hace que resalte más la preocupación por mejorar las cualidades y estrategias para el aprovechamiento de la misma. Hoy en día los negocios que son exitosos, se deben a que son ágiles, innovadores y mantienen un estrecho contacto con el cliente y reaccionan con prontitud ante las eventualidades del mercado, y estas son unas de las principales características con que cuentan las microempresas. Sus desventajas en el ámbito del financiamiento, es lo que hasta ahora puede resultar desesperante y podría decirse que casi es algo imposible para las pequeñas empresas el que puedan lograr conseguir suficiente crédito, ya que no cuentan con garantías de solvencia económica, requisito indispensable para que las entidades financieras le otorguen un crédito, desafortunadamente las que más problemas tienen en este sentido son las del sector servicios y el sector comercio.

Por otra parte, uno de los problemas más graves que presentan los microempresarios, es la dificultad para planificar una estructura de financiamiento adecuada a su empresa, es decir, sus inventarios son reducidos y carece de elasticidad en la oferta para mantener precios competitivos que le garantice una rentabilidad aceptable, y le permita salir adelante en época de crisis, donde sus mayores problemas se refieren a la falta de efectivo para hacerle frente a las obligaciones fiscales y a las normales de operatividad como lo son pagar a los proveedores, es decir, dificultades para calcular y

mantener un fondo de maniobra acorde con sus necesidades, y el problema más grave aún, es la falta de capacidad para acceder a los créditos de la banca comercial

En el Capítulo 2, se trata el panorama del desempleo, subempleo y el autoempleo, dejando ver que el problema del desempleo ha sido un lastre que durante décadas no ha tenido solución por parte de nuestros gobernantes. El desempleo es un problema social y económico grave. Social porque las personas al no tener un empleo formal y bien remunerado que le proporcione los recursos mínimos necesarios para vivir el y su familia, puede llegar a delinquir. Económico porque al haber menos gente empleada habrá menos recursos para la adquisición de bienes y servicios de las empresas, es decir hay menos gente que pueda pagar por ellos, por ende con el problema del desempleo la economía entra en recesión y rápidamente puede desestabilizar al país, México necesita generar empleos para subsanar todos aquellos que con la contracción económica y a la vez por todos aquellos que van entrando a la edad de trabajar.

Es por ello que se propone a todas aquellas personas emprendedoras auto-emplearse dentro de la economía formal, creando su propia empresa (manufactura, servicios o comercio), y lograr incursionar en la productividad del país para que esto contribuya a vincular habilidades y conocimientos adquiridos y faciliten la inserción en el mundo laboral. Aunque no todo aquel que se auto-emplea podrá sobresalir exitosamente, pero los fracasos también hacen madurar, adquiriendo y mejorando nuevos conocimientos, estrategias y habilidades para poder enfrentar otros retos con mayor seguridad en alguna otra actividad a emprender.

En el Capítulo 3 se analiza un caso práctico para la instalación de una tienda de artículos de venta al detalle y al menudeo, tomando en cuenta la población y su poder adquisitivo, ubicación, necesidades a

satisfacer, oferta y demanda esperada. El estudio es de naturaleza descriptiva, siguiendo la propia realidad con el objeto de identificar los factores de riesgo así como de éxito del negocio y analizar más de cerca los elementos que nos puedan informar sobre las causas por las cuales algunas microempresas y/o pequeños negocios han tenido que cerrar sus puertas y estar en posibilidades de enmendar y corregir errores para lograr el éxito esperado.

Capítulo 1. Categorías de las empresas en México.

1.1. Microempresa.

La microempresa se inicia cuando se concibe una idea y esta debe ser productiva la cual se perfecciona y se seleccionan los integrantes que en ella participarán, la que ya puesta en operación práctica nos lleve a la formación de una unidad económica la que debe quedar insertada dentro del mercado de la oferta y la demanda.

Una microempresa o negocio familiar es un centro de trabajo que cumple con una función social, la cual se relaciona con otras empresas u otras instituciones sociales de todo tipo. La microempresa o negocio familiar alberga y da forma y sentido a las relaciones sociales de trabajo cuyo objetivo es el de producir, distribuir y vender artículos de consumo o servicios que deben satisfacer necesidades al consumidor por lo que nos debe generar una utilidad, es decir, consiste en encausar la tarea cotidiana hacia el cumplimiento de la misión social de la microempresa, que es la de satisfacer necesidades sociales y generar un determinado número de fuentes de trabajo para resolver sus necesidades económicas así como de desarrollo personal de todos los que en ella intervienen.

Como resultado del avance tecnológico y científico que conlleva la dinámica de la economía en el ámbito internacional, los países subdesarrollados incluido el nuestro se encuentran inmersos en un proceso lento de transformación que persigue un mayor nivel de bienestar social que se vea reflejado en un crecimiento económico impulsando el desarrollo e integración de las actividades industriales, comerciales y servicios.

La microempresa y/o pequeño negocio ha representado una alternativa viable para el crecimiento económico con redistribución de ingresos y generación de empleos, beneficiando sobre todo

algunas regiones que menos recursos tienen, así como poder competir dentro de un mercado local, pero, el desarrollo de la capacidad competitiva de dicho tamaño empresarial es, por lo general, incipiente con respecto a los apoyos del Estado, por lo que el éxito del negocio no está garantizado. Pero cuando se lucha por sobrevivir y la constante es la incertidumbre de empleo e ingresos, más aun en momentos de crisis en un contexto de globalización económica se tienen que redoblar esfuerzos, es decir, sacrificar tiempo y recursos humanos para lograr sobresalir y tratar de encontrar el apoyo de un equipo en el proceso de integración de trabajo, donde la característica de mayor importancia debe ser la habilidad, experiencia, nivel académico y/o técnico profesional y sobre todo el compromiso adquirido de sacar adelante el proyecto.

La actitud que debemos asumir hacia el trabajo en una tarea encomendada es lo que resulta más importante así como la inteligencia entre otras características necesarias para su integración con los demás trabajadores, porque solo siendo valiosos cada uno de los individuos que conforman la microempresa y/o pequeño negocio podremos cumplir con los objetivos o la misión que se haya encomendado.

Ahora bien, comprometernos en algo que se va construyendo, nos debe quedar claro el no invadir funciones que no nos corresponden, o sea, no debemos comprometernos en algo que no se conoce, se debe mostrar una actitud de gusto por la actividad laboral y a los sentimientos que despierta el saber que hacemos las cosas bien, vemos que la acción es valiosa y gratificante. Así también superar algunas frustraciones que nos puedan generar la actividad laboral.

Se debe de pensar que el negocio familiar puede darnos la oportunidad de unir a la familia en un trabajo compartido, ya que es una alternativa de empleo y a su vez puede que nos sirva como una oportunidad de acceso a la comunicación familiar, una razón de

confianza entre padres e hijos. Sin embargo, si el jefe de familia o quien dirija el negocio no delimita las funciones o responsabilidades para el buen funcionamiento del mismo, entonces, este puede llegar a ser un lugar donde existan las fricciones y se contagie de conflictos y enojos.

Debe de ser un lugar donde la comunicación encuentre su fluidez y no el estancamiento porque de lo contrario, entonces, la confianza entre los familiares se pierde. Si en la relación de una familia hay algún miembro que ha sido o es de carácter problemático y sin creatividad, difícilmente podrá mejorar por el hecho de participar en el negocio, en otras palabras, por un mal integrante en el negocio la buena relación familiar, puede convertirse en una mala relación, es por ello que se deben mantener los lineamientos para no confundir los problemas o asuntos familiares con el negocio y debe quedar claro que la toma de decisiones es responsabilidad del dueño o el jefe de familia, es decir, la familia puede opinar pero no puede tomar decisiones, ya que si dejamos mezclar los intereses familiares es difícil separar la familia del negocio.

Otro punto importante es que las necesidades del negocio deben estar siempre bien identificadas y se les debe de dar solución inmediata. Con la familia hay que tener cuidado con lo que cada uno de los miembros quiera para sí mismo y tratar de evitar intereses particulares a costa del negocio, porque en un negocio familiar lo primero que hay que hacer es enfrentar la realidad del sacrificio de nuestro tiempo y esfuerzo en el trabajo, para que no venga después el arrepentimiento porque sino el negocio no prosperará y será un fracaso, porque si al jefe de familia no se le reconoce como tal, difícilmente se le reconocerá en el negocio.

Ahora bien, cuando se tiene la experiencia en lo que se va a emprender, nos permite tomar las decisiones correctas y más convenientes para el desarrollo de la microempresa o negocio

familiar, en la práctica, los conocimientos y habilidades son determinantes para el buen funcionamiento del negocio a emprender, estos conceptos de experiencia y habilidades se deben transformar en una gran actitud para capacitar y adiestrar a los demás miembros de la familia ya que deben tomar un proceso de formación y de adquisición de conocimientos y experiencia en el trabajo, lo que redundará en una gran satisfacción que trasmite la actividad misma cuando el trabajo es bien realizado.

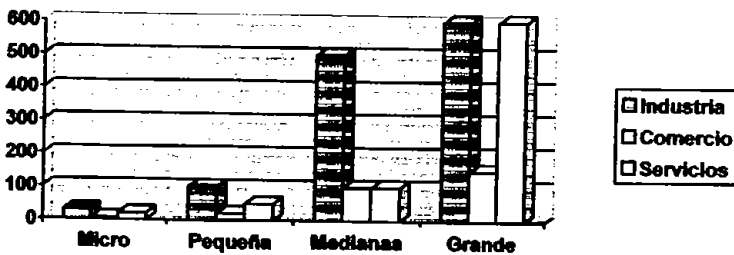
1.2-Características y funcionamiento de la microempresa en la economía formal.

La clasificación de las empresas en México es por su tamaño y la magnitud de sus recursos económicos: Capital y mano de obra, volumen de ventas anuales, áreas de operaciones de la empresa, si es local, regional, nacional e internacional, constituidas como (micro, pequeña, mediana y gran empresa) y su clasificación por número de empleados queda como aparece en el siguiente cuadro:

Cuadro # 1			
TAMAÑO	CLASIFICACION POR NUMERO DE EMPLEADOS		
	INDUSTRIA	COMERCIO	SERVICIOS
MICROEMPRESA	00-30	00-5	00-20
PEQUEÑA	31-100	6-20	21- 50
MEDIANA	101-500	21-100	51-100
GRAN EMPRESA	501-EN	101-EN	101-EN
	ADELANTE	ADELANTE	ADELANTE

Fuente Diario oficial de la federación (DOF), del día 30 de marzo de 1999¹

Gráfico # 1. Clasificación por No.de empleados



El caso que nos ocupa es el de la microempresa y sobre todo del sector comercio, dentro de las características más importantes que definen a la microempresa y a los pequeños negocios es que son una empresa de tipo familiar, constituida como firma unipersonal o sociedad de responsabilidad limitada o compañía anónima, es decir,

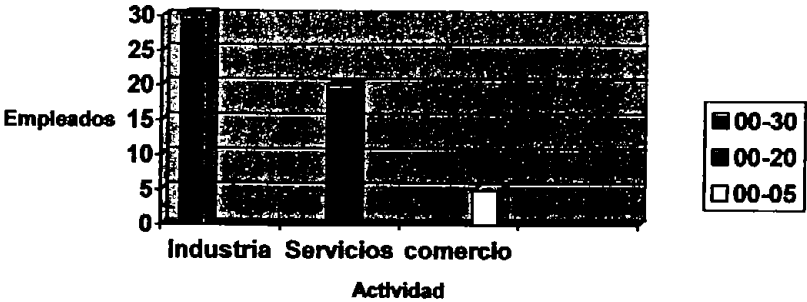
1.-Diario Oficial de la Federación del 30 de marzo de 1999-P-6

una microempresa de un solo propietario “una empresa cuyo dueño es una sola persona...con ventajas de un mínimo de requerimiento de capital y desventajas de que el talento está limitado a lo que sabe una persona”²

El pequeño comercio solo cuenta con un permiso de uso de suelo y una licencia de funcionamiento local a nombre del dueño del negocio, es decir, hacienda lo registra como persona física y no como persona moral en el régimen de pequeño contribuyente a diferencia de la microempresa manufacturera o de servicios.

Cuadro # 2			
CLASIFICACION POR NUMERO DE EMPLEADOS			
	INDUSTRIA	SERVICIOS.	COMERCIO
MICROEMPRESA	0-30	0-20	0-5

Gráfico # 2. Clasif.por No de Empleados



La mayoría de las microempresas y pequeños negocios tienden a no cambiar su lugar de operaciones, tratan de conservar su mercado y tener una relación estrecha con sus clientes, ya que el dueño estima que el cliente será su más fiel seguidor y captura ese mercado.

La microempresa y pequeño comercio crecen a través de la reinversión de sus utilidades principalmente, ya que carecen de un -

2.-Ross/Wuesterfields/Jafe.-Introducción a las Finanzas Corporativas.Tercera Edición, de S. A. 1993.- pp-4-7

apoyo técnico-financiero significativo de instituciones privadas o del gobierno y su mercado puede ser local o regional.

La conservación de este mercado depende de las actividades y de la habilidad (del Empresario, prestador de Servicios o Comerciante) para dar un buen servicio que deje satisfecho a los consumidores, sobre todo a los clientes potenciales que son los que, de alguna manera, los mantendrán dentro de la competencia del mercado.

Las actividades predominantes se van a concentrar en el dueño, quien ejerce el control y la dirección general del negocio y será el responsable directo del buen o mal funcionamiento del mismo. La microempresa carece de una estructura formal en todas sus áreas, en algunos casos recurre a asesorías financiera externa, lo cual deja el manejo contable y financiero en manos de contadores externos, quienes se encargan principalmente de los aspectos legales y tributarios.

Cuadro # 3				
TAMAÑO CLASIF.	PARTICIPACION PORCENTUAL			TOTAL
	INDUSTRIA	COMERCIO	SERVICIOS	
MICROEMPRESA	94.4	94.9	97.4	2,844,308 95.7
PEQUEÑA	3.7	4.0	3.6	3.1
MEDIANA	1.7	0.9	0.5	0.9
GRAN EMPRESA	4.0	0.2	0.4	0.3
TOTAL	100%	100%	100%	100%
Fuente censos económicos 1999 http://www.sicm.gob.mx				

Como se puede observar en el cuadro # 3 de un total de 2 844 308 empresas en el país, vemos que un promedio del 95.7% del total corresponde a las microempresas, donde la gran mayoría de estas están dedicadas a las actividades del sector servicios, le siguen las de comercio y por ultimo las de transformación, su dirección de las micro-empresas es personalizada y orientada a la producción con permanente enfoque al producto, mantienen una gran resistencia sobre todo a delegar funciones, esto debiéndose al temor de que pueda perder el control del manejo de su empresa así como el

control de las compras y también el temor más fuerte que es el de la quiebra, existe un grado de desconfianza en los demás integrantes, por la creencia del dueño de que él es el único que sabe hacer las cosas bien y existe una resistencia a reconocer sus limitaciones, estas limitaciones van desde los aspectos culturales, hasta la resistencia al cambio y en mucho de los casos al uso de consulta externa.

Las microempresas y pequeños comercios son los que en mayor medida mantienen un contacto más directo con el cliente y, la atención personalizada es uno de los aspectos más importantes que le permiten conocer sus gustos, costumbres y preferencias. En congruencia a su tamaño o mercado que abastece acorde a la demanda de una pequeña área local, o hasta regionales en procesos productivos no especializados, interviniendo en dos motivos: la ganancia y generar empleos, desde luego la Microempresa es el ente donde se crea la riqueza, esta permite poner en operación los recursos organizacionales, (humanos, materiales, financieros, técnicos), para lograr el crecimiento y convertirse en pequeña o mediana empresa.

La contribución de las microempresas y/o pequeños negocios a la actividad económica de México, es principalmente en términos de que son unas importantes generadoras de empleos, También se puede decir que una de las “bondades de la micro y pequeña empresa como generadoras de empleo es... que les es mucho mas barato generar empleos... Existen investigaciones que muestran que generar empleos en la mediana o gran empresa cuesta ocho veces mas generar un empleo que en la micro o pequeña empresa”³, un ejemplo de ello es que de cada 10 empleos 6 de esto los generan las micro y pequeña empresa.

En el cuadro # 4 podemos observar que de 1993 a 2000 la

3.-Diez, Patricia Bonilla de.- “El emprendedor que México necesita” *Revista Emprendedores*. Facultad de Contaduría y Administración. UNAM. No. 37 Enero-Febrero 1996 pp. 26-31

población ocupada registró un aumento de 6 669 475, vemos que fue de una manera considerable si lo comparamos con lo que ocurre del 2001 al 2003 que solo hubo 1 131 042 de nuevos empleos los cuales solo alcanzan a cubrir una tercera parte de los requeridos.

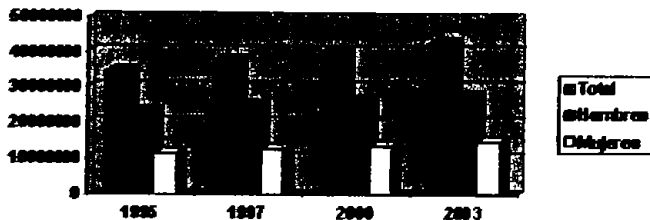
Un promedio de 833 684 empleos generados en el período de 1993 a 2000 contra un promedio de 377 014 de empleos generados de 2001 a 2003.

Cuadro # 4. Población ocupada según sexo, 1993-2004

Año	Total	Hombres	Mujeres
1993	32 832 680	22 748 037	10 084 643
1996	34 422 202	23 199 715	11 222 487
1996	35 469 053	23 951 191	11 517 862
1997	37 573 726	24 835 115	12 738 611
1998	38 658 762	25 620 381	13 038 381
1999	38 953 337	25 900 410	13 052 927
2000	39 502 155	26 011 240	13 490 915
2001	39 385 505	26 982 774	13 392 731
2002	40 301 994	26 383 158	13 918 836
2003	40 633 197	26 716 673	13 916 524

FUENTE: INEGI-STPS. Encuesta Nacional de Empleo.

Gráfico # 3



También en este período de 1996 a 2000, las micro, pequeñas y medianas empresas (PyMES) jugaron un papel sumamente importante en la economía del país al contribuir en su desarrollo

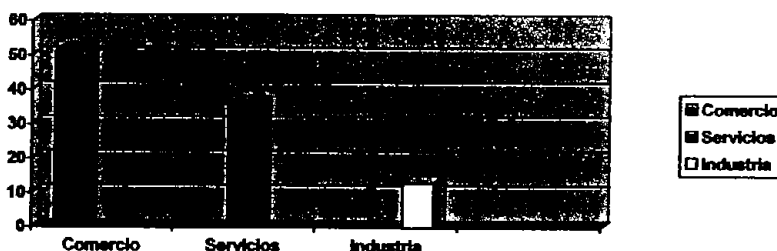
local o regional, aportando las PyMES. “más del 40% de Producto Interno Bruto (PIB) casi los 240 mil millones de dólares.

Dentro de sus actividades sectoriales de las PyMES nos encontramos que sus actividades quedan como sigue:

-51% Actividades comerciales

-36% Servicios

-13% Industria

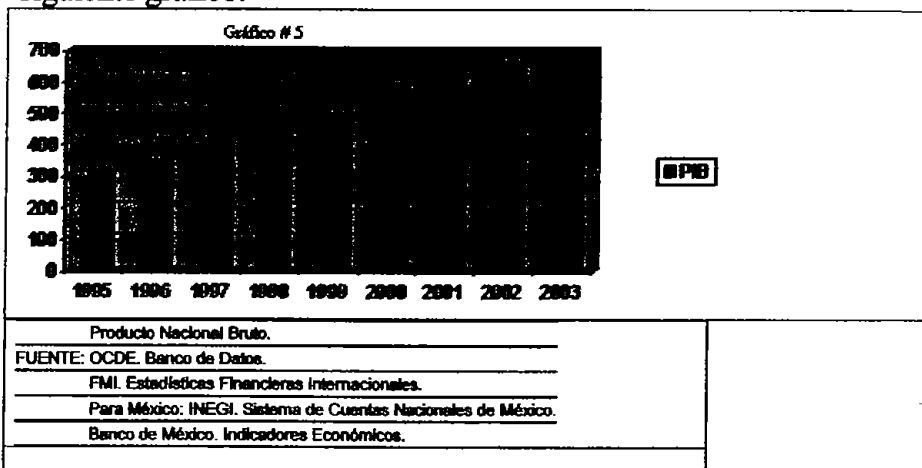


En 1999 de acuerdo al censo económico en México se registraron 2.88 millones de PyMES.

En 2001 México era líder de la región de América Latina con el 42% de las exportaciones y ocupaba el séptimo lugar a nivel mundial y alcanzaron 160 mil millones de dólares. El crecimiento económico de la economía mexicana en los años de (1995-2000), se explica fundamentalmente por el dinamismo registrado en el sector externo, las exportaciones duplicaron su importancia dentro del PIB pasaron del 13% en 1993 al 29% en el 2000”.

Aunque cabe aclarar que en 1995 sufrió una de sus más fuertes caídas, con un crecimiento negativo y un estancamiento total en su --

economía como ha ocurrido a lo largo del nuevo milenio que ha sido un crecimiento casi nulo tal como lo podemos apreciar en el siguiente gráfico.



En términos generales a partir de 1996 la economía mexicana “experimenta un crecimiento del PIB del orden del 6% y en 1997 de 7.3%”.⁵

También nos encontramos otra de de las razones por las cuales la microempresa tiene su importancia, es que las microempresas siempre han sido un mercado para las grandes empresas, es decir la microempresa y los pequeños comercios han sido el mercado potencial y natural de las grandes empresas y de las materias primas naturales, su dimensión es apropiada y es representativa en la producción de algunos bienes y servicios que se encuentran en la canasta básica.

Es sabido que de las microempresas y pequeños negocios se han formado grandes empresarios que hoy en día forman grandes cadenas de negocios.

5.-Ayala Espino José.-Estado y desarrollo la formación de la economía mixta mexicana en el siglo XX, Fac. de Economía UNAM 2001-pp491

Otra de las razones por las cuales las micro y pequeños negocios son importantes es que tienen mayor flexibilidad, hay un desarrollo económico en las regiones donde se crean, es decir, cuando no existe la infraestructura requerida para la construcción o establecimiento de grandes empresas, la microempresa permite desarrollar regiones atrasadas del país y siempre ha representado una dimensión adecuada ya que las condiciones del país no permiten grandes concentraciones industriales para una producción a gran escala.

Una más de las razones de la importancia de la microempresa es que incorpora a la economía formal factores de producción, así como experiencia de los recursos humanos que en muchos casos son canalizados a la economía subterránea.

Como fuente generadora de empleo ha sido un instrumento de capacitación de mano de obra especializada, de gerentes a nivel medio y de dirección, así como de los futuros empresarios, pues la experiencia ha demostrado que algunos de los grandes empresarios comenzaron siendo microempresarios. Como apoyo a la pequeña y mediana empresa ha sido un gran elemento ya que es poseedora de bienes y servicios y como fabricante de productos sobre medida, o como proveedora de piezas de montajes, así como pequeños comercios que de alguna o gran medida son los promotores de los productos que se comercializan al detalle como podrían ser las tiendas de ropa, calzado, comestibles, tiendas de abarrotes, etc.

También cabe indicar que el trabajo por cuenta propia (familiar) y el entorno laboral de la microempresa o pequeño comercio le da a la persona cierto grado de confianza y madures así como un sentimiento de realización donde “pone en practica sus conocimientos y experiencia estimulando sus potencialidades y sus capacidades creativas dando una sensación de independenciam, al sentir y ver que se es su propio jefe y es dueño de su tiempo”.⁶

6.- *Biblioteca de Administración Pequeña y mediana empresa*. McGraw-Hill pp-56-84

Las microempresas y pequeños comercios son los que proporcionan la base para la expansión de las pequeñas y medianas empresas, al efectuar y comercializar muchas de las actividades periféricas que sirven de complemento a las actividades de las empresas de mayor tamaño, es decir, las microempresas y pequeños comercios proporciona importantes aspectos de carácter económico y social.

1.3. - Financiamiento.

Una microempresa y/o pequeño negocio es una entidad privada que nace de una idea de una o más personas que además aportaran el capital, la infraestructura y organización necesaria de todos los elementos para concretar y poner en marcha esa idea. El dueño de la microempresa o negocio tendrá que ejercer el liderazgo, lo que implica que en él recaerá toda la responsabilidad del buen o mal funcionamiento, es decir, tendrá que responder por los buenos o malos resultados.

Existe un sistema de financiamiento para el desarrollo de la microempresa y/o pequeño comercio, pero existe la necesidad de eficientar el enlace entre los organismos financieros y aquellos sectores en los cuales se realizan proyectos que contribuyen al crecimiento económico del país, el plan de financiamiento para el desarrollo, la integración de un sistema que involucre la participación del Gobierno, del Sector Privado y de Instituciones Financieras.

El objetivo del sistema de financiamiento para el desarrollo de la microempresa o pequeños negocios es promover la utilización de recursos de los diferentes organismos financieros (banca de desarrollo, banca múltiple, organismos auxiliares de crédito, fondos públicos y privados, y fideicomisos de fomento federales y estatales), a fin de que se constituyan en mecanismos de financiamiento para el crecimiento, apoyando con ello el desarrollo de las actividades productivas.

En este contexto, el financiamiento para la microempresa debe responder a la alta prioridad de conformar una economía sustentable a largo plazo, donde el financiamiento sea adecuado a la realidad crediticia de los empresarios cuyos proyectos productivos tengan un efecto determinante para el desarrollo. Propiciando así la creación de

empleos, el abatimiento de la pobreza y la mejora de la competitividad, integrando un mecanismo de fomento y respaldo a la microempresa y pequeños negocios, agilizando los trámites para el otorgamiento de créditos. Pero el problema de financiamiento para las pequeñas empresas se sintetiza en la escasez a que se enfrentan los propietarios y administradores para allegarse los recursos necesarios para financiar y utilizar de modo creciente sus equipos e instalaciones, sus recursos técnicos y naturales. Generalmente los empresarios en pequeño ante la posibilidad de emprender una industria pretenden hacerla con la mayor magnitud posible de acuerdo con los recursos propios o con aquellos provenientes de amigos y parientes, también se recurren a prestamistas que se dedican a la especulación no institucionalizada.

Aun cuando representa una ventaja para la economía nacional en su conjunto, es débil la capacidad de las empresas pequeñas para absorber capitales de poca cuantía, no canalizables hacia las inversiones grandes. Frecuentemente no desarrollan con amplitud sus actividades por las dificultades que encuentran para conseguir crédito en adecuadas condiciones. Las instituciones financieras tradicionales destinan más sus recursos hacia las empresas de mayor tamaño.

Los problemas de financiamiento de la micro y pequeña empresa son grandes, pero mucho más grande debe ser el deseo de seguir en el mercado y la capacidad para afrontarlos.

Esto es, que debemos corregir las debilidades y avanzar en busca de soluciones para fortalecer nuestro proyecto de vida, con el firme propósito no sólo de desarrollar oportunidades de negocio rentable sino sobre todo de fortalecer un instrumento de alivio a la pobreza.

Entre otras cosas el éxito depende de la rentabilidad y la liquidez que posea la pequeña empresa, en otras palabras, del mejor

rendimiento posible de la inversión y de la rápida conversión en dinero.

Esto resaltaré la importancia de la función financiera en la empresa, puesto que puede ser excelente y capaz de vender cualquier artículo que comercialice, los métodos de venta puede que sean satisfactorios y económicos, pero si empieza a fallar el dinero, el negocio llegará a ser un punto muerto.

Se deben de buscar estrategias de financiamiento para las microempresas y que puedan ser de gran utilidad para personas emprendedoras, aunque el estudio se está haciendo para una tienda de venta de artículos al detalle y menudeo, sin embargo, el contenido sea aplicable a cualquier tipo de negocio en pequeño, ya que el propósito es contribuir con el mejoramiento de la calidad y sana administración, al presentarle al microempresario una herramienta que le pueda ayudar a establecer una estructura de financiamiento adecuada y seguir estrategias que le garanticen el éxito.

En los últimos años se han presentado grandes cambios, no sólo en el manejo de los recursos básicos para que funcione una empresa (empresario, tierra, capital y mano de obra), sino en todo el ámbito donde el negocio se mueve.

Factores como el desempleo, la inflación, la devaluación de la moneda, crisis de recursos, altas tasas de intereses y grandes niveles de endeudamiento, crean mucha dificultad a la hora de administrar los recursos de un negocio, lo que implica que todo emprendedor debe de prepararse y formarse para saber trabajar su negocio.

Las condiciones actuales exigen mejores estrategias, una administración cuyo objetivo principal sea el buen uso de los recursos para obtener la máxima utilidad, específicamente lo relacionado con los recursos económicos, dado que todas las

operaciones se relacionan con el dinero.

Para el financiamiento de los recursos podemos elegir si van a ser propios o ajenos.

Si necesita un fondo de financiamiento en el pequeño comercio, y si tenemos buena reputación, es decir, somos cumplidos en los pagos, los mismos proveedores nos pueden financiar, se compra la mercancía a crédito, los créditos son de 8 a 15 días. En caso de que la microempresa sea de manufactura los créditos pueden ser de 28 días o hasta 3 meses.

Los proveedores son, en gran medida, agentes generadores de crédito para el pequeño comercio, incluso para la microempresa de manufactura cuando les vende a crédito las materias primas o servicios.

La posibilidad de conseguir una prórroga de los plazos de pago de 30 a 90 días, dependerá de la propia solvencia de la empresa o de la situación coyuntural del mercado y del proveedor en cuestión.

Merece especial atención la financiación indirecta, obtenida mediante la figura del comisionista o mercancías en consignación, que no se pagan hasta tanto no se hayan vendido.

Los créditos Bancarios, por lo general el microempresario no tiene acceso, a este crédito aunque puede haber algunas excepciones, sin embargo, se puede señalar, que el más usado es el tipo de pagaré a 90 días, renovable, de tipo personal, que se concede en función de la solvencia del solicitante. No suele concederse por importes elevados a menos que el empresario tenga bienes o un fiador que ofrecer, como garantía al banco.

Créditos por Instituciones gubernamentales, sí existen estas ya sean

estatales o nacionales y que fueron constituidas para darle apoyo financiero a las PyMES pero las deficiencias de información y burocratismo típico del país, dificultan que pequeños empresarios y comerciantes, conozcan de manera pronta y expedita, cuáles son los organismos responsables por la ejecución de las políticas oficiales en materia de desarrollo industrial y comercial, y cuando son conocidas, por lo general, los trámites burocráticos entorpecen la consecución del crédito.

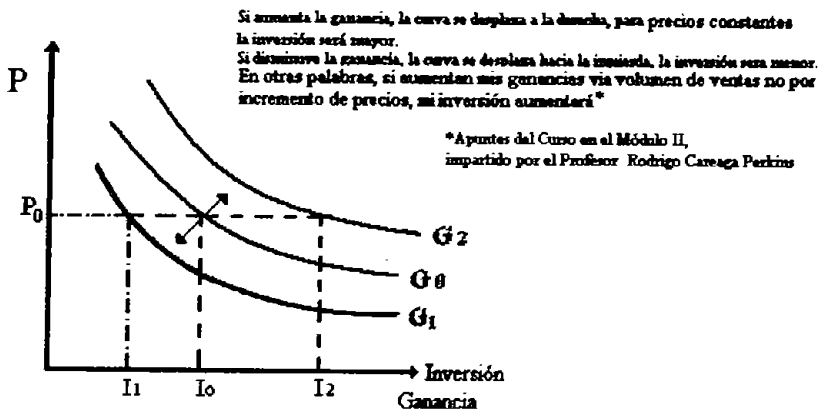
Otra opción sería la de préstamos de parientes o prestamistas "agiotistas" particulares que, en muchas ocasiones, sólo se cuenta con este tipo de préstamos, que en los últimos años han tomado mucho auge debido al poco papeleo que exigen, sólo piden garantía real o un fiador a pesar que el tipo de interés es muy costoso.

Si bien es cierto, que el requerimiento de capital para la microempresa es mínimo, pues mayor debe ser la tenacidad para subsistir, el trabajo debe ser eficiente que rinda frutos, y los métodos de comercializar los productos deben ser los apropiados para poder incrementar la cartera de clientes y lograr un mayor volumen de ventas con lo que obtendremos una mayor utilidad y poder reinvertir y sobre todo generar empleos.

La inversión va a estar relacionada fundamentalmente con dos variables:

a). El margen de utilidad vía incremento en las ventas.

Si aumenta el volumen de ventas aumenta la utilidad por lo consiguiente aumenta la inversión



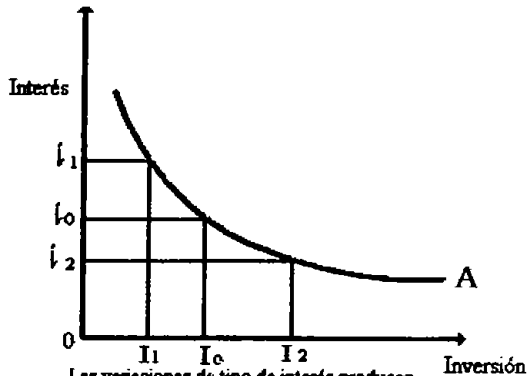
Supongamos que no hay variaciones en los precios, pero sí, en el volumen de ventas.

Si aumenta la ganancia, (vía incremento de volumen de ventas y no de precios) la curva se desplaza a la derecha de G_0 a G_2 (y la pendiente de la curva no varía ya que los precios siguen constantes) la inversión será mayor y pasa de I_0 a I_2 .

Por el contrario, si hay una caída en las ganancias (por decremento en volumen de ventas no por baja de precios), la curva se desplazará a la izquierda pasando de G_0 a G_1 y la inversión será menor pasando de I_0 a I_1 .

b). Por el tipo de interés.

Si el interés de los créditos es bajo, el microempresario puede hipotecar sus instalaciones ya que le es más barato endeudarse y con un tipo de interés alto la relación es inversa resulta más caro financiar los nuevos proyectos por lo tanto disminuye la inversión.



Las variaciones de tipo de interés producen movimientos a lo largo de la curva. Así vemos que si se incrementa el interés de i_0 a i_1 la inversión disminuye a I_1 . Por otro lado si el interés baja a i_2 la inversión aumenta a I_2 *

*Apuntes del Curso del Módulo II impartido por el Prof. Rodrigo Carraga Parkins

En el modelo podemos observar que las variaciones de tipo de interés producen movimientos a lo largo de toda la curva (A). Así vemos que si se incrementa el interés de i_0 a i_1 , la inversión disminuye a I_1 . Por otro lado si el interés baja i_0 a i_2 , la inversión aumenta a I_2 .

Capítulo 2. -El desempleo como antecedente de autoempleo.

2.1. -Desempleo en la década de 1993 a 2003.

En esta época de incertidumbre y con el comportamiento de las principales variables económicas, es necesario el contar con las herramientas suficientes para la toma de decisiones en materia económica, tanto en el sector privado como en el público. Una de las acciones más inmediata en cuestión de política económica es poner mayor importancia y control en la planta productiva así como inversión en la obra del gobierno para reducir y mantener bajo el nivel de desempleo, ya que esto es una de las variables principales de cualquier economía y que tienen un efecto negativo directo sobre el desempeño económico.

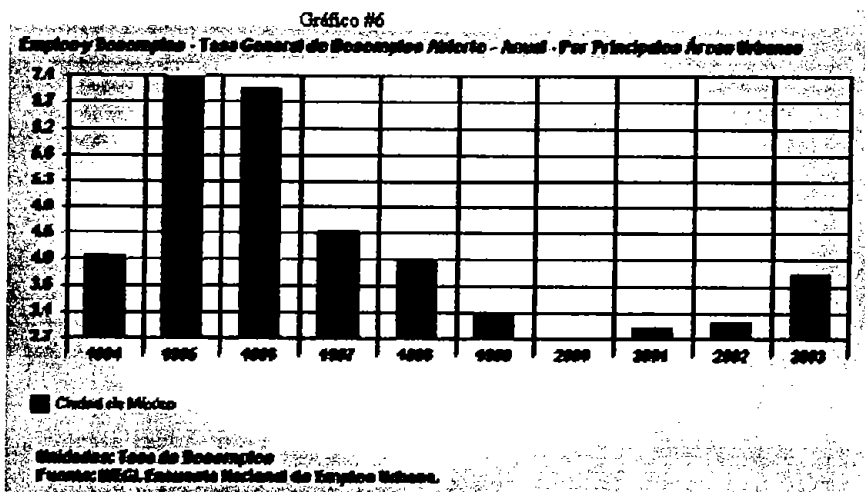
A lo largo de la historia de el desarrollo industrial del país, es decir desde la política económica de crecimiento con sustitución de importaciones, hasta la aplicación de la política económica neoliberal, nos encontramos con varias etapas de crecimiento, tenemos que en la década de los 40 hay un desarrollo industrial con una política proteccionista a la industria y una tendencia inflacionaria y desempleo, donde el sacrificio mayor corresponde al trabajador donde también no se respetan los pactos obrero patronales.

En la década de los 50 y 60 tenemos un desarrollo con una política económica de crecimiento con deuda, estabilización de precios, pero con un congelamiento de salarios y desempleo, por ende otra vez el más sacrificado es el trabajador.

En la década de los 70 tenemos un crecimiento, en una etapa de populismo y despilfarro de recursos con inflación y devaluación, bajos salarios y desempleo.

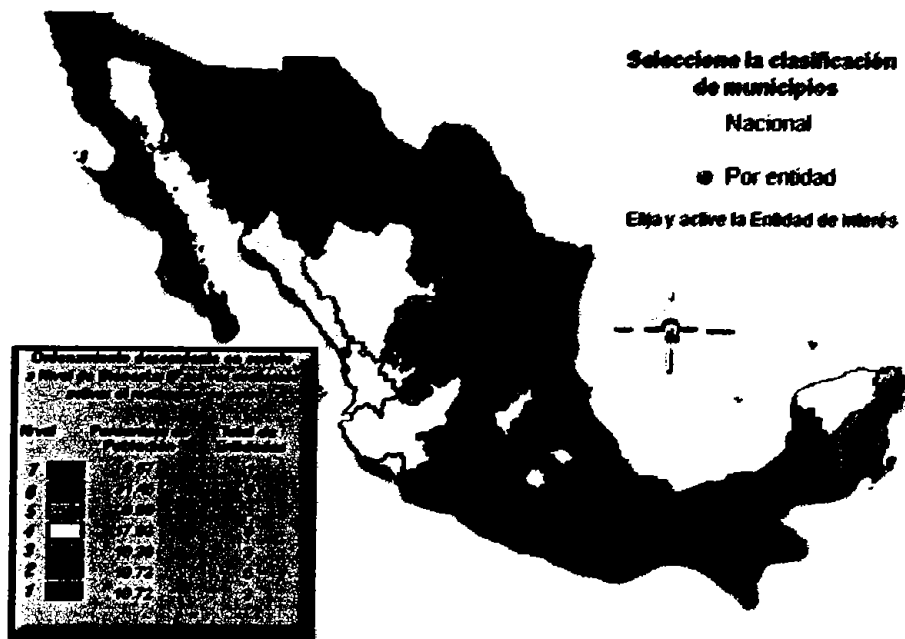
En estas cuatro décadas (1940-1980), sí hubo crecimiento económico y desarrollo industrial ya que el país creció a un ritmo en el PIB de un 6.5% en promedio, pero, las diferencias de equidad son abismales, ahora ya llevamos dos décadas con un crecimiento casi nulo, sobre todo en la década de los 80 donde no hubo crecimiento económico pero sí mucho desempleo y una inflación galopante durante todo el sexenio de 1982-1988.

En la década de los 90 se logra un crecimiento pero a mitad de la década el desempleo alcanza un máximo histórico y el PIB cae a niveles negativos logrando recuperarse a partir del 96 al 2000, tal como lo muestra la gráfica pero no se logra abatir el desempleo. Y en lo que va del nuevo milenio casi no ha habido crecimiento económico y el desempleo tiende a incrementarse lo cual siempre ha sido la constante.



Podemos afirmar que esta variable económica que es el desempleo durante casi 64 años ha sido un lastre para el País y que los gobiernos no han podido solucionar, y, los empleos que se han generado aparte de que son insuficientes están mal pagados, el descuido a la sociedad por parte de nuestros gobernantes va más allá

que el desempleo y es que tenemos una educación muy deficiente, es decir, no se le ha dado a la educación la atención adecuada, porque de acuerdo al INEGI, si analizamos los estratos sociales por participación económica y calidad de vida, aquellos estratos con una escolaridad promedio baja, son los que están en peores condiciones de pobreza y desempleo.



Pobreza que alcanza a casi la mitad de la población, nos encontramos que solo el Distrito Federal y los Estados Fronterizos del norte del país, el Estado de México y Aguascalientes, son los Estados que están en el nivel 7 y 6 que tienen una mejor calidad de vida y que representan el 40.35% de una población total de 97 483 412 (al 2000) de personas o sea que hay cerca de 40 millones de mexicano en la pobreza, podemos observar también que la mayor pobreza se concentra en los estados de Chiapas, Guerrero y Oaxaca. Pero cada Estado también tiene sus estratos de calidad de

vida que representan sus diferentes municipios, se estima que más de 40 millones de mexicanos viven en la pobreza. Pobreza que el gobierno trata de combatir con programas como (oportunidades, progresa y procampo) que no dejan de ser programas populistas que no solucionan en nada el problema de la pobreza y el desempleo, que es el que más aqueja a la población en su conjunto.

México se encuentra con desempleo cíclico como lo distingue la teoría económica.

La teoría económica distingue cuatro tipos básicos de desempleo, las categorías o causas de desempleo que han descrito son: Friccionales, temporales, estructurales y cíclicas.

Cuando busca la gente un empleo y no lo encuentra de inmediato, se dice que es un desempleo friccional así mientras están buscando trabajo se toman como desempleados, pero esto sucede en una economía sana donde los trabajadores pueden cambiar de empleo sin que esto constituya un problema grave ya que el tiempo que tardan en encontrar otro trabajo es relativamente corto. Esta clase de desempleo se produce mas con los profesionistas y técnicos que son los que buscan otras opciones de un mejor salario o un horario preferencial.

Cuando hay una temporada baja en cierto sector de la producción como sería en la rama de la construcción se dice que hay desempleo temporal, o en otros sectores de la producción donde las actividades se realizan a la intemperie. “También se produce al finalizar el año escolar, cuando muchos estudiantes se ponen a buscar trabajo” 7

El desempleo estructural se da cuando el desarrollo tecnológico de las empresas requiere de trabajadores altamente calificados y no los encuentran porque todos aquellos que no estén actualizados con los tiempos y los cambios tecnológicos son los que se quedan desempleados, este desempleo se debe más a los técnicos que no

están al día en su capacitación que requiere el avance tecnológico. El desempleo cíclico es el resultado de una falta de trabajo generalizada. Cuando el ciclo económico cae, la demanda de bienes y servicios cae también, y por lo tanto, se despide a los trabajadores. El desempleo cíclico se origina en la reducción transitoria de la demanda agregada y en una caída en las exportaciones, en el consumo o en la inversión. Se trata de un desempleo agregado y macroeconómico porque la cantidad de puestos de trabajo existentes que a su vez ya están ocupados o pendientes por llenar, es menor que la cantidad de desempleados. No todos los que buscan un empleo logran hacerse aun trabajo porque la demanda agregada es insuficiente, incluso si el desempleo cíclico fuera nulo, puede existir todavía desocupación en la economía.

Durante la ultima década hemos visto que la Tasa de Desempleo Abierto (TDA), ha llegado a alcanzar cifras, si no históricas, sí muy significativas que han alcanzado hasta un 6.2 % en 1995 y un 3.29% al 2003.

Como podemos observar en el cuadro siguiente nos damos cuenta

Cuadro 5		
Tasa General de Desempleo Abierto		
PERIODO	Cobertura Actual (32 Ciudades)	Cobertura Anterior (48 Ciudades)
1994		3.70
1995		6.2
1996		5.50
1997		3.73
1998		3.16
1999		2.50
2000		2.20
2001		2.42
2002	2.70	2.70
2003	3.29	

Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Empleo Urbano

que la tasa general de desempleo abierto es muy alta sobretudo en 1995 que alcanza una tasa histórica de 6.2% y para el año siguiente

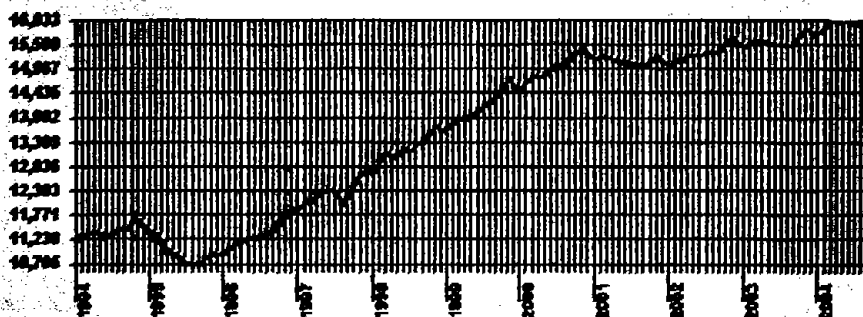
1996 una tasa del orden del 5.5%. todo esto debido a la gran crisis del llamado “error de diciembre” de 1994, que llevo al país a un gran colapso económico, pero a partir de 1996 se empieza a “reiniciar el crecimiento económico con la apertura del comercio exterior y la liberación comercial y financiera”. Tal y como se puede apreciar en el cuadro #6 vemos que se perdieron 629mil empleos de acuerdo a los datos del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), 1995 fue el año con la crisis económica más aguda que haya padecido el País en las últimas décadas.

En el cuadro # 6 podemos analizar que por lo que respecta de enero de 2001 a agosto de 2004 el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS). Solo tiene un incremento en el período de 510 mil personas registradas incluyendo eventuales, ya que en el 2000 había 15.240millones de trabajadores registrados, pasando a

Cuadro # 6	
Empleo y Desempleo - Asegurados en el Instituto Mexicano del Seguro Social	
PERIODO	Total Asegurados en el IMSS
1991	11,561
1992	10,932
1993	11,686
1994	12,714
1995	13,611
1996	14,560
1997	15,240
2001	16,131
2002	15,517
2003	15,750
2004/08	15,960

Unidad: Miles de Personas. Medida: Miles de Personas.
 Notas: a) Se refiere al total de los asegurados permanentes y eventuales, clasificados en urbanos y del campo. A partir de agosto de 1997 incluye el rubro de los no trabajadores los cuales comprenden a los estudiantes, continuación voluntaria y seguro facultativo.
 Fuente: Instituto Mexicano del Seguro Social, Subdirección General de Finanzas.

15.750millones de registros para el 2003 y para el mes de agosto del 2004 existe un registro de 15.960 millones de trabajadores asegurados.



— Total Asegurados en el IMSS

Unidades: Millones de Pesos

Fuente: Instituto Mexicano del Seguro Social, Subdirección General de Finanzas.

En lo que va de enero a julio de 2004 presenta un incremento de trabajadores registrados de 210 mil que acumulados en lo que va de los años de 2001, 2002, 2003 y hasta Agosto de 2004 un incremento de tan solo 720 mil trabajadores registrados en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), se estima que a la PEA se incorporan mas de un millón personas al año que tienen la necesidad de un empleo dentro de la economía formal, entonces hay un déficit de 2.280 millones de empleos, considerando que se requieran de un millón por año.

Las instituciones encargadas de la seguridad social en México son: el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) donde se brindan servicios a los trabajadores del sector privado; el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE) que atiende a los empleados del gobierno; Petróleos Mexicanos (PEMEX), Secretaría de Marina (SM) y Secretaría de la Defensa Nacional (SDN) que se encargan de otorgar servicios y prestaciones a los trabajadores de sus propias dependencias. Pero el indicador que se toma para saber como está la planta productiva del

país es el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), que es el que brinda la seguridad social y servicios a los trabajadores del sector privado.

Nos podemos preguntar ¿Se están generando los empleos requeridos en el País? ¿Existe el desempleo?, es una obviedad que existe el desempleo en la Planta Productiva del País, lo que quiere decir que hay un descuido por parte del Estado y el Modelo Económico aplicado, un modelo que sólo se ha concretado a controlar la inflación y ha descuidado la distribución del ingreso y el nivel de empleo. El gobierno dice que se han generado empleos efectivos, es decir dentro de la economía formal, pero como se demuestra con los datos que da el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), donde en 1994 había 11.561 millones de asegurados y en 1995 cayó a 10.932 perdiéndose 629 mil empleos pero para 1996 se logran recuperar los que se habían perdido y crear 334 mil mas, llegando al 2000 con 15.240 millones de asegurados, ahora bien ¿cuantos empleos se crearon?, en el sexenio (1994-2000) se crearon un total de 3.679 millones de empleos.

Se puede decir que hubo una recuperación en la economía, controlar la inflación y generar empleos pero no los suficientes como para satisfacer la población económicamente activa (PEA), es decir sólo se logró el 50% de los empleos que la población requiere ya que para el 2000 éramos un total de (97 483 412) Mexicanos y con una PEA de (55 894 181 ver anexo #5) y considerando a las edades de 15 a 59 años de edad - ver cuadro # 7

Si analizamos el cuadro # 7 nos vamos a encontrar que la (PEA) es de 55 894 181 que representa el 54.5% de la población para el año 2000.

Cuadro # 7			
Edades	Total	Hombres	Mujeres
0-4 Años	10 635 157	5 401 306	5 233 851
5-9 Años	11 215 323	5 877 711	5 337 612
10-14 Años	10 736 493	5 435 737	5 300 756
Total (1)	32 586 973	16 514 754	16 072 219
15-29 Años	27 221 012	13 074 730	14 146 282
30-39 Años	13 489 061	6 406 684	7 082 377
40-49 Años	9 266 924	4 451 948	4 814 976
50-59 Años	5 917 184	2 858 105	3 059 079
Total (2)	55 894 181	26 791 467	29 102 714
60- o más	9 002 258	4 286 032	4 716 226
Total (3)	9 002 258	4 286 032	4 716 226
Total (1,2,3)	97 483 412	47 592 253	49 891 159

Elaboración propia con datos del INEGI, Censo de Población y Vivienda para el año 2000
Ver anexo No 5

En lo que va del 2000 a la fecha la Tasa Desempleo Abierto (TDA) se ha incrementado de una manera drástica el INEGI informó el 4.30% en el mes de agosto de 2004 y tal como van las cosas pareciera que no hay voluntad política para solucionar este grave problema, es decir, no hay un programa de gobierno que de alguna manera pueda revertir esta tendencia, que nada tiene que ver con poco o mucho dinero que el gobierno destina a programas populistas, sino que, la atención se debe prestar a la planta productiva y a la obra de gobierno, que se sienta la capacidad de nuestra economía, es decir, en las empresas que son las generadoras de empleos y que, los empleos que genere deban ser productivos bien remunerados y suficientes, aunque la capacidad de generación de empleos siempre ha dejado mucho que desear, en lo que va de la década (1994-2003) la Tasa de Desempleo Abierto (TDA) se ha ido incrementando y si no se toman medidas radicales seguirá aumentando a tal grado que pueden surgir estallidos sociales.

Durante varias décadas nuestro país ha caído en crisis recurrentes (sexenales) donde ha habido años buenos y otros malos en materia económica y generación de empleos, lo que se logra ganar en los últimos años del sexenio se pierde en los primeros del siguiente, todo ello porque no hay una continuidad de los programas de desarrollo en cada una de las actividades económico-administrativas y el resultado finalmente siempre ha sido negativo. En esta medida con bajo crecimiento económico queda claro que no se logrará crear el más de un millón de nuevos empleos que se requieren anualmente.

2.2.-Subempleo

La economía Mexicana sí genera empleos y talvez miles de ellos al mes, pero todos son generados dentro de la informalidad, con esto podríamos decir que la economía subterránea se sigue incrementando, pero los empleos que están dentro de la economía formal, es lo que realmente nos interesa y nos preocupa porque está prácticamente en el olvido.

Como se vio en el subcapítulo anterior la estratificación a nivel nacional, los estados con más carencias y niveles de desempleo mas elevados, son los que tienen un promedio de escolaridad bajo, lo que se traduce que hay dos variables muy importantes para el desarrollo de cualquier economía que son la educación y el empleo, a través de más de 6 décadas 1940-2003 no se ha logrado subsanar ninguna de estas variables, que son, si no las causantes, si importantes que nos han llevado a una inequidad económica no solamente entre personas sino entre regiones estados y a nivel mundial.

En el cuadro # 8 el INEGI nos da a conocer las siguientes cifras que son de 42 306 063 personas ocupadas hasta el mes de junio de 2004, si tomamos en cuenta que la Población Económicamente Activa (PEA, ver anexo # 11) es 43 398 755 para el mismo mes y año entonces tenemos un déficit de empleos de solamente 1 092 692 (ver anexo # 12) que representa el 2.52% de desempleo pero para el mes de agosto 2004 dan a conocer el mismo INEGI una (TDA) de 3.4%, es muy alarmante pero mas creible, esto nos da una idea de la situación que se vive en el País ya que llevamos mas de dos décadas que la economía mexicana ha sido “convertida en un enorme laboratorio de Experimentación neoliberal””, dos décadas de bajo crecimiento económico y desempleo.

cuadro # 8 Población ocupada, 1991-2004

Año	Total	Hombres	Mujeres
1991	30 534 063	21 256 913	9 277 170
1993	32 832 680	22 748 037	10 084 643
1995	34 422 202	23 199 715	11 222 487
1996	35 469 053	23 951 191	11 517 862
1997	37 573 728	24 635 115	12 738 611
1998	38 658 762	25 620 381	13 038 381
1999	38 953 337	25 900 410	13 052 927
2000	39 502 155	26 011 240	13 490 915
2001	39 385 505	25 982 774	13 382 731
2002	40 301 994	26 383 158	13 918 836
2003	40 633 197	26 716 673	13 916 524
2004	42 306 063	27 357 076	14 948 987

NOTA: Con el fin de ofrecer una serie anual amplia y comparable, este tabulado presenta información sólo del segundo trimestre de cada año.

FUENTE: INEGI-STPS. Encuesta Nacional de Empleo.

Se estima que para finales del año 2004 en México por su ritmo de crecimiento de natalidad habrá más de 105 millones de personas de las cuales más del 50% que equivale 52.5 millones de personas corresponderán a la Población Económicamente Activa (PEA), de esta población, 15.9 millones que significa el 30.3% de la población económicamente activa cotizan en el IMSS, es decir, tienen un empleo dentro de la economía formal en alguna rama empresarial, 4.85 millones el 9.2% de la PEA cotizan en el ISSSTE ó alguna otra institución de seguridad social del Estado como PEMEX ó la Secretaría de la Defensa Nacional (SDN) y Secretaría de Marina (SM), las cuales tienen sus propias instituciones de seguridad social.

Como independientes, médicos, arquitectos, abogados, contadores, pequeños comercios unipersonales o familiares, etc., están registrados en el Sistema de Administración Tributaria (SAT), 12.3

millones de mexicanos que representa el 23.4% de la fuerza laboral, todos estos mexicanos que de alguna manera existen, o tienen, una forma conocida por las autoridades de ganarse la vida. Pero, y los demás en que trabajan ¿en la informalidad?

Veamos la suma de estos trabajadores que están dentro la economía formal es de 62.9% de la población económicamente activa, es decir, 33 millones de personas. Ahora bien, no existe ningún registro en que trabajan o como se ganan la vida los mexicanos restantes que son 18.4 millones.

Para el INEGI 1.09 millones de personas se dedican a buscar empleo, pues el INEGI informa que el desempleo es el 2.78% de la Población Económicamente Activa, pero aún creyendo esta cifra, resulta que hay 18.4 millones de mexicanos de la (PEA) que se ganan la vida al margen de cualquier control por parte del estado, es decir, en la economía informal.

De estas cifras resulta que casi 3 de cada diez mexicanos de la (PEA) se gana la vida al margen de la economía formal, sin embargo el INEGI no considera a estos millones y millones como desempleados, sino como subempleados y no los incluye en las cifras de desempleo. El argumento es que utilizan la misma metodología para medir el desempleo que se usa en otros países y que es reconocida en el ámbito mundial. Por la única razón que no consideran a estos 18.4 millones como “desempleados” es porque ya ni pierden su tiempo en buscar un empleo pues saben que no lo van a encontrar o van a obtener salarios muy bajos y prefieren auto emplearse en la economía informal.

Pero si no son desempleados, tampoco se les puede considerar empleados pues en realidad carecen de un empleo, es decir, de un salario, un lugar de trabajo en una empresa, seguro social, seguridad laboral, planes de capacitación, vacaciones y previsión para la vejez,

y todas aquellas consideraciones que hacen un verdadero empleo en la formalidad.

Pero hay otro dato muy importante que vale la pena incluir en el estudio y es la cantidad de mexicanos que han cruzado la frontera para ganarse la vida en otras economías. Según datos del INEGI, mas 1.5 millones de mexicanos (cifra que se me hace muy corta otros estudios no oficiales afirman que hay mas de 10 millones de trabajadores solamente en los EE.UU.) que han cruzado la frontera en busca de trabajo en los últimos 10 años por lo que sí sumamos esta cifra a los 18.4 millones de mexicanos que se ganan la vida en la economía informal, resulta que casi 2 de cada diez mexicanos vivos en edad y con posibilidades de trabajar no han encontrado oportunidades en nuestro País sino en la economía de otras latitudes, o bien al margen de la ley.

La economía informal en el mundo, particularmente en países subdesarrollados, no sólo no tiende a desaparecer, sino que se mantiene sin variaciones, los países subdesarrollados o en vías de desarrollo, caso México, ciertamente son los que más problemas tienen en este ámbito, donde la economía informal no sólo se da con los vendedores ambulantes y tianguistas que no están registrados ante la Secretaría de Hacienda, sino que, en los mismos negocios o empresas establecidas se evaden impuestos.

Economía informal o subempleo, existe un gran número de actividades con este nombre que se han catalogado dentro del sector informal de la economía, generalmente, este tipo de actividades no cumplen con ciertas características económicas y administrativas propias de una economía formal. Los pertenecientes al sector informal de la economía son los ayudantes de familia a los cuales no se les paga un salario, a las empleadas del servicio doméstico, a los que se encuentran trabajando por su propia cuenta en actividades propias o familiares, etc. Por el contrario, el empleo formal agrupa a

los profesionales y técnicos independientes, los empleados del Estado y los asalariados y patrones de empresas privadas.

Sobre lo anterior podemos decir que los empleos formales serían las actividades reguladas, aquellas que se ajustan a las formas previstas. Informales las que carecen de regulación o las que no obedecen las reglamentaciones legales existentes. Una de las características que hace que una determinada actividad pertenezca al sector informal es la de tener una escala reducida, es decir, que las personas o empresas no manejan una producción numerosa o una gran cantidad de recursos y que evaden al fisco.

No existen muchas barreras para entrar al sector informal, generalmente, estos micro-negocios, (comercios, talleres, etc.) son trabajos o actividades que se desarrollan en un lugar establecido y sus ingresos dependen de ese lugar y los recursos que se encuentren en éste, igualmente, la propiedad de los negocios o empresas es de una sola persona o familia.

2.3.-Autoempleo por convicción.

Empezaremos por definir el auto empleo como una alternativa de acceso a una actividad técnico profesional o empresarial, la cual es apropiada para aquellas personas con un perfil dinámico y disposición para asumir compromisos y riesgos que les posibilite crear su propio puesto de trabajo con perspectivas de desarrollo personal así como una estabilidad en el mismo

Impulsar el espíritu emprendedor y difundir la cultura empresarial con verdaderos apoyos debe de ser un objetivo prioritario por parte del Estado para lograr la productividad necesaria que se traduzca en bienestar y crear nuevas oportunidades a los demandantes de empleo, especialmente a los jóvenes de formación técnico profesional.

La situación económica por la que ha venido atravesando el país durante las ultimas dos décadas, ha sido de bajo crecimiento económico con transformaciones experimentadas por la economía y la sociedad que han generado nuevas necesidades y nuevas demandas sobre todo de empleo, de un empleo digno que mejore nuestra calidad de vida.

Para satisfacer esta demanda se precisa la realización de nuevas actividades que tienen su reflejo en el mercado laboral.

En este sentido, se debe tener la iniciativa de autoempleo con actividades empresariales relacionadas ya sea en la manufactura, servicios o comercio y que estén dentro de una economía formal.

Para ello, se requiere de un plan de trabajo llevando a cabo estrategias que contribuyan a impulsar el desarrollo de nuevas ideas, que estimulen la actitud emprendedora.

En primer lugar lo que se tiene que hacer es una reflexión profunda y de compromiso sobre la actividad o negocio que se quiera emprender, ya que esto lleva implícito el sacrificio tanto de tiempo como del recurso humano, es decir, tener una plena convicción de lo que se quiere hacer y se pueda lograr, porque de otra manera, si solo pensamos en invertir en algo que solo nos saque de un apuro sin tomar en cuenta los riesgos que se puedan generar por falta de planeación y experiencia, es casi seguro que nuestro intento para lograr el objetivo fallará.

La reflexión sobre el negocio que se vaya emprender no es cosa sencilla, primero debe haber una buena razón así como deseos de superación y progreso personal de la actividad que se quiera desarrollar o de negocio que pueda establecerse. Se debe tomar en cuenta la opinión de profesionales y de personas que tienen un negocio con actividades similares porque su asesoramiento es muy importante cuando no se cuenta con la experiencia necesaria, debe de ser una asesoría adecuada que abarque aspectos como el de hacer un análisis de territorio, mercado, factibilidad, densidad de población, necesidades de la población existentes. Hacer un plan de empresa que identifique, describa y analice una oportunidad de negocio, tomando en cuenta los recursos económicos y financieros con que se cuenta para convertirlo en un proyecto exitoso.

Por otro lado puede ser factible comprar un negocio que ya este funcionando, pero esto puede traer consigo aspectos de peligro, por lo tanto, habrá que llevar a cabo un análisis detallado sobre las ventajas y sus desventajas a fin de llegar a una decisión razonada.

Ventajas de comprar un negocio existente y como analizarlas:

- Se puede comprar el negocio a un precio de oportunidad.
- La ubicación del negocio es lo más fundamental cuando existe una buena ubicación el éxito del negocio es seguro.
- Si cuenta ya con una buena acreditación.

- El nivel económico de la zona.
- La densidad poblacional del lugar.
- El inventario y equipo necesarios que estén en buen estado y disponibles.

Desventajas de Comprar una Empresa existente:

- El negocio puede estar en venta por no estar generando utilidades.
- Que tenga problemas de pagos fiscales.
- Que la renta del local sea muy alta y no este acorde con las utilidades.
- Que el abasto por parte de los proveedores no sea el adecuado, o
- Que sea una zona conflictiva y mala ubicación.

O por el contrario instalar una nueva y partir de cero, es decir, instalar una empresa o negocio que vaya de acuerdo a nuestros habilidades y estudios técnicos-profesionales.

En otras palabras, elegir la actividad o el negocio que mas se adapte a nuestro perfil laboral, es decir, un ingeniero mecánico puede instalar un taller, el contador, el administrador, el economista, una oficina de gestoría o un comercio, etc. Con esto se pretende que todos los emprendedores, técnicos y de todas las profesiones puedan incursionar en la productividad del país para que esto contribuya a vincular nuestras habilidades y conocimientos adquiridos y nos faciliten la inserción en el mundo laboral y estar integrados en la oferta y la demanda de la economía formal.

El emprendedor debe de aplicar sus conocimientos económico y/o empresariales con ideas concretas para diseñar un concepto de negocio sólido y viable en el mercado formal de la economía.

Capítulo 3.- Propuesta de un plan de negocio para mejorar la eficiencia de la microempresa. El caso de una tienda de venta de artículos al detalle y al menudeo.

3.1.- Población.

El Estado de México cuenta con una población censada al año 2000 de 13'096,686 habitantes, tal como se muestra en el cuadro # 9 donde podemos observar los grupos por edades y determinar una población económicamente activa (PEA) de 7'993,910 de personas.

Cuadro # 9

Edo. México	Total	Hombres	Mujeres
0-14 Años	4 176 921	2 115 000	2 061 921
15-29 Años	3 712 918	1 794 300	1 918 618
30-39 Años	1 891 480	901 210	990 270
40-49 Años	1 242 071	600 961	641 110
50-59 Años	726 742	353 661	373 081
60-69 Años	420 699	197 065	223 634
70- o mas	293 006	128 133	164 872
No especificado	632 850	316 863	315 987
TOTAL	13 096 686	6 407 213	6 689 473
0-14 Años	4 176 921	2 115 000	2 061 921
15-69 Años (PEA)	7 993 910	3 847 217	4 146 693
60- o más	925 855	444 966	480 889
Total	13 096 686	6 407 213	6 689 473

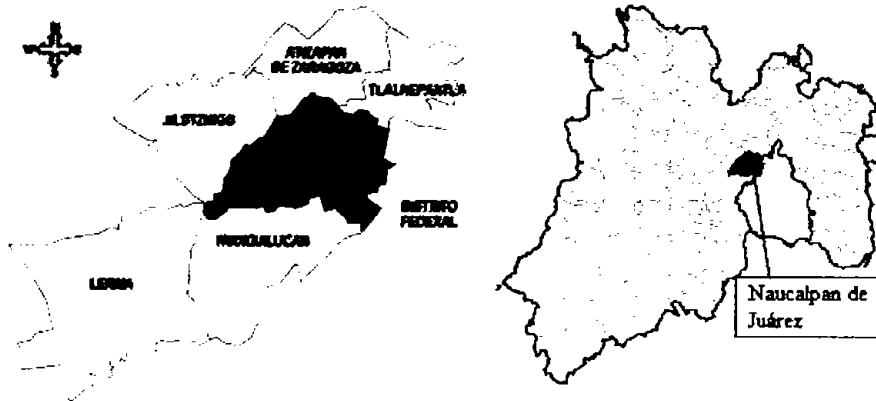
Elaboración propia con datos del INEGI año 2000
VER ANEXO # 5

Gráfico # 8



El municipio de Naucalpan de Juárez es uno de los 122 Municipios que conforman el Estado de México y tiene una extensión territorial

de 149.86 Km², sus coordenadas son: Latitud Norte 19° 28' y Longitud Oeste 99° 14' y su altitud 2 220 msnm. El municipio está ubicado en el Valle de México en la parte meridional y pertenece a la región II Zumpango, al noroeste del D.F., limita al norte con Atizapán de Zaragoza, Tlalnepantla de Baz y Jilotzingo; al sur con Huixquilucan; al este y sureste con el Distrito Federal; al oeste nuevamente con Jilotzingo, y al suroeste con los municipios de Otzolotepec, Xonacatlán y Lerma. En los últimos años este Municipio de Naucalpan de Juárez alcanzó una elevada tasa de crecimiento, “en 1950-1960 fue de 11.09; en 1960-1970 de 16.75; en 1970-1980 de 6.45 y en 1980-2000 de 0.76; en 1990, los datos de migración e inmigración de la población era como a continuación se detalla: 786,551 habitantes: 363,260 nacidos en la entidad, 412,396 nacidos en otra entidad, 5,765 nacidos en otro país y 5,130 no especificado; los fenómenos de emigración e inmigración son muy frecuentes debido a la cercanía de la ciudad de México y por ser una zona fabril e industrial de las más importantes del país”¹⁰.



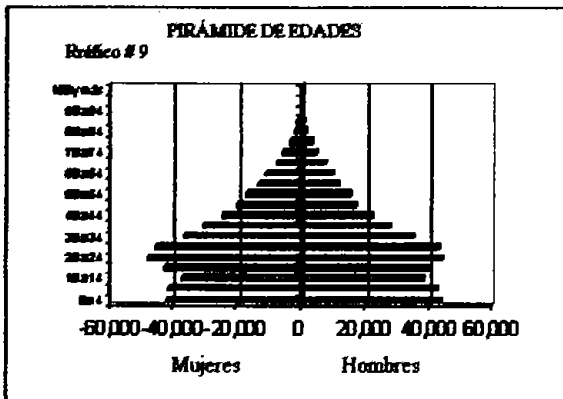
Fuente de datos Enciclopedia en línea
www.naucalpan.gob.com

Sus habitantes están distribuidos en pueblos, ejidos, ranchos, zonas industriales, fraccionamientos residenciales y colonias populares.

10.-Bando Municipal de Naucalpan

Gran cantidad de personas de los municipios aledaños se traslada diariamente para laborar en la zona industrial o fabril.

Es importante señalar que para el año 2000, de acuerdo con los resultados preliminares del Censo General de Población y Vivienda efectuado por el INEGI, existían en el municipio un total de 858,711 habitantes, de los cuales 416,041 son hombres y 442,670 son mujeres; esto representa el 48% del sexo masculino y el 52% del sexo femenino como no lo muestra el gráfico # 9, destacando que hay gran parte de la población que está entre los 20 y 34 años.



Aledaña a la zona industrial se encuentra la Colonia Loma Linda, perteneciente a este Municipio de Naucalpan de Juárez, Estado de México, es la población objetivo del estudio a analizar para el proyecto de la instalación de un negocio de venta de artículos al detalle y al menudeo.

Esta Colonia se fundó en 1960 como fraccionamiento y como colonia por decreto No. 52 del 19 de marzo de 1976, actualmente tiene una población de 10,741 habitantes según datos del INEGI del año 2000

Entidad:15
Municipio:
Clave
Latitud:19°
Longitud:99°
Altitud:2250
Carta
Tipo: Urbana

Geoestadística:
 23'
 13'
Topográfica:

MEXICO
 057
 150570049
 06"
 45"
 0000000



Nombre de la Localidad	Nombre del Municipio	Clave de la Localidad	Evento Censal
LOMA LINDA	NAUCALPAN	FRACCIONAMIENTO	CENSO DE 1960.
LOMA LINDA	NAUCALPAN	COLONIA	CENSO DE 1970.
LOMA LINDA	NAUCALPAN	DE COLONIA	DECRETO No. 52 DEL 19 DE MARZO DE 1976.
	JUAREZ		CAMBIO DE NOMBRE DEL MUNICIPIO.
LOMA LINDA	NAUCALPAN	DE COLONIA	CENSO DE 2000
	JUAREZ		

Evento Censal	Clave	Código de Colonias	Municipio	Entidad
1960	CENSO	00002884	00001499	00001385
2000	CENSO	00010741	00000000	00000000

Más del 15% de la población de esta colonia es una población flotante, es decir, son personas que rentan alguna vivienda ya sea en casas particulares o vecindades expofeso, por lo que se ven obligados a cambiar de domicilio constantemente.

Cuadro # 10		
Entidad Federativa, Municipio, Naucalpan de Juárez, Estado de México	Viviendas habitadas	Ocupantes
057 Naucalpan de Juárez	205,138	858,711
Vivienda particular	205,096	856,436
Casa independiente	137,115	596,310
Departamento en edificio	11,920	40,569
Vivienda en vecindad	41,849	161,741
Cuarto de azotea	520	1,848
Local no construido para habitación	160	594
Vivienda móvil	26	105
Refugio	20	68
No especificado	13,486	55,201
Vivienda colectiva	42	2,275
Fuente: INEGI - XII Censo General de Población y Vivienda 2000.		

En este cuadro # 10 encontramos que existen 205,138 viviendas que albergan a una población de 858,711 personas de acuerdo al XXII Censo General de Población y Vivienda 2000, de las cuales 41,849 son viviendas en vecindad en las que habitan 161,741 personas y tienen un domicilio fijo solo por el tiempo que determina su contrato de arrendamiento, ya que son personas que vienen de otros lugares en busca de empleo y en las empresas de este municipio lo encuentran y se quedan a vivir en las colonias aledañas a la zona industrial.

3.1.1.- Estudio Socioeconómico.

Se realizó un sondeo en la Colonia Loma Linda que es la zona objetivo a estudiar, entrevistando a familias al azar y en diferentes puntos estratégicos, revelando el estudio que en promedio habitan 4.17 personas por vivienda y también un promedio de 2.2 personas son los que trabajan para el sostenimiento de la familia, los datos obtenidos son concordantes con los datos para el Municipio de Naucalpan de Juárez que da a conocer el INEGI, como lo podemos corroborar en el siguiente cuadro:

Entidad Federativa, Municipio, Sexo, Horas Trabajadas en la Semana de Referencia	Población Distribución según Ingreso por trabajo en salario mínimo ocupada										
	No recibe Ingresos	Hasta del 50% hasta de un s.m.	Más del 50% hasta de un s.m.	Un s.m.	Más de 1 hasta 2 s.m.	Más de 2 hasta menos de 3 s.m.	De 3 hasta 5 s.m.	Más de 5 hasta 10 s.m.	Más de 10 s.m.	No especificado	
057 Naucalpan de Juárez	332,059	6,718	4,589	16,960	3	128,237	57,768	38,005	29,526	23,595	26,718

Fuente: INEGI - XII Censo
General de Población y
Vivienda 2000

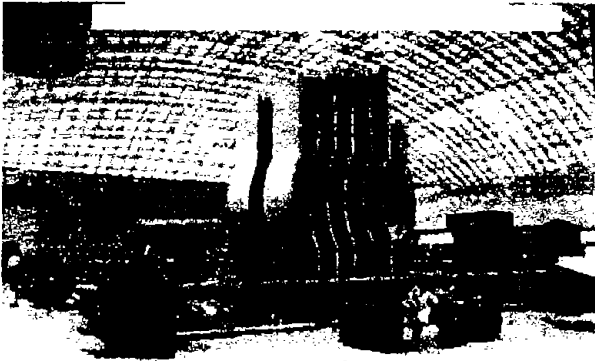
Podemos verificar que el porcentaje en relación del total de la población del municipio que es de 858,711 con su población ocupada que es de 332,059 nos da un 38.67%. También resalta que 21,489 trabajadores reciben del 50% o menos de un salario mínimo, predominando los que perciben de 1 a 2 salarios mínimos y que son 128,237 trabajadores. y su tasa de participación económica es del 53.34% y 438,334 de derechohabientes en las diferentes instituciones de seguridad social, ver anexos 1y 2 respectivamente.

Las familias entrevistadas se mostraron renuentes a proporcionar la cantidad exacta a cuanto asciende el salario que perciben mensualmente y de las pocas que lo hicieron nos resultó un promedio de \$ 8,500.00 mensuales de las familias que rentan una vivienda y de \$ 10,800.00 mensuales de las familias que tienen casa propia, pero en el municipio de Naucalpan de Juárez existe una gran

variedad de establecimientos económicos en “1995 los establecimientos económicos eran 17,860: de la industria manufacturera 1,913; comercios 9,658 y 6,289 de servicios; en 1995 había 4 establecimientos de hospedaje temporal: 2 de cuatro estrellas, uno de dos estrellas y uno de clase económica; 4 establecimientos de alimentos y bebidas, 29 agencias de viajes, 12 tiendas Conasupo, 49 tianguis, 37 mercados públicos, un rastro especializado, 43 lecherías Liconsa, 19 cines y 15 teatros”. Ver anexos # 8, 9 y 10.

Las actividades del municipio presentan una gran variedad de acciones, imágenes y posiciones que van desde las labores del campo

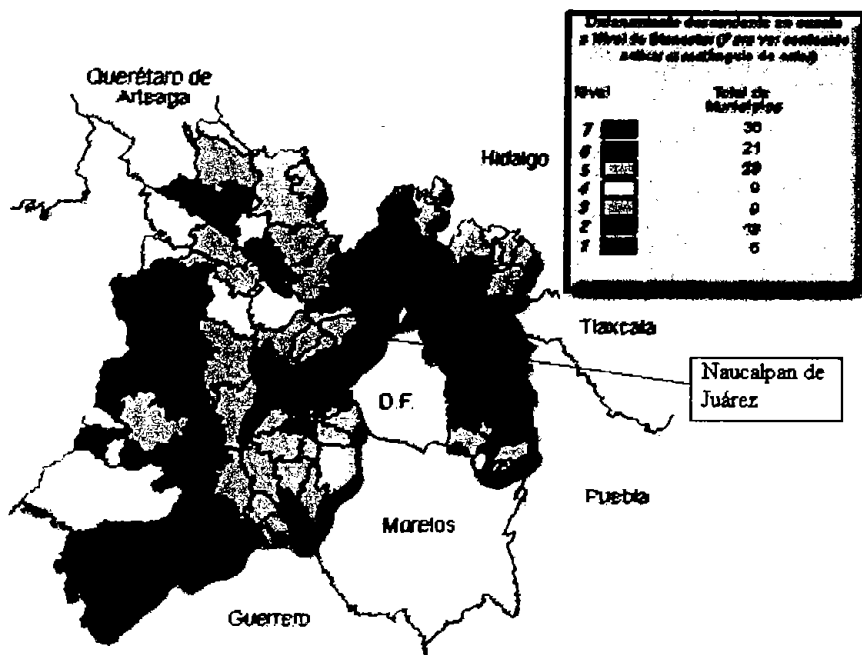
, pasando por el comercio semifijo, las actividades de subempleo y las de todo tipo de comercio, así como las de las industrias de la transformación, dado que en el municipio hay 112 empresas que participaron en la feria del empleo.



A pesar de su auge económico, en el Municipio de Naucalpan también es muy grande la inequidad entre sus colonias, ya que existen zonas residenciales de un alto poder adquisitivo, otras de clase media y colonias muy pobres lo que hace un mosaico muy

marcado en su población. Por otro lado, ya vimos que este Municipio es un importante centro industrial y comercial, que está clasificado dentro de los principales núcleos industriales de la República Mexicana, donde la gran mayoría de las personas de las colonias aledañas al corredor industrial son trabajadores de alguna de las empresas de la zona, como ocurre con la colonia LOMA LINDA, (que es la población objetivo a analizar para el proyecto de la instalación de una tienda para venta de artículos al detalle y menudeo) en la que la gran mayoría de sus habitantes trabaja en las empresas de este Municipio.

EN EL MAPA POR ESTRATOS DEL ESTADO DE MEXICO PODEMOS OBSERVAR LOS DIFERENTES NIVELES DE CALIDAD DE VIDA Y BIENESTAR, ASI COMO TIENE MUNICIPIOS RICOS TIENE MUNICIPIOS SUMAMENTE POBRES, TAMBIÉN PODEMOS OBSERVAR QUE EL MUNICIPIO DE NAUCALPAN DE JUAREZ ES UNO DE LOS QUE MEJOR NIVEL DE BIENESTAR TIENE PERO TAMBIEN TIENE COLONIAS CON LOS DIFERENTES ESTRATOS QUE NOS MARCA EL CUADRO DE REFERENCIAS.



Su Tasa específica de participación económica del Municipio es del 53.34, hay una participación casi homogénea entre la población de 25 a 49 años, como se puede observar en el cuadro No. 12, en términos generales su participación económica, es elevada en comparación con los demás municipios del Estado de México.

Entidad Federativa, Municipio, Grupos Quinquenales de Edad	Tasas específicas de participación económica		
	Total	Hombres	Mujeres
057 Naucalpan de Juárez	53.34	72.76	35.69
12 - 14 años	4.22	4.91	3.53
15 - 19 años	33.23	39.96	27.01
20 - 24 años	58.91	77.53	41.85
25 - 29 años	68.26	92.15	45.77
30 - 34 años	69.85	95.03	45.93
35 - 39 años	70.19	96.64	47.52
40 - 44 años	69.06	94.59	46.24
45 - 49 años	65.71	92.65	42.53
50 - 54 años	60.69	87.89	37.04
55 - 59 años	51.60	79.04	27.94
60 - 64 años	39.00	61.06	19.71
65 y más años	20.02	33.44	9.29

Fuente: INEGI - XII Censo General de Población y Vivienda 2000

De acuerdo al análisis realizado podemos concluir que se puede aceptar el estudio para la instalación de cualquier tipo de negocio.

3.2. -Que negocio quiero.

Cuando se desea establecer un negocio, surgen dos alternativas que se deben de analizar detalladamente y consisten en:

- a).- Definir si hay que iniciar con un negocio nuevo ó
- b).- Si hay que comprar un negocio en funcionamiento.

La respuesta puede ser, que pueden variar en cada caso que se presenten, ya que existen muchos factores que se deben considerar para llegar a tomar una adecuada decisión.

La adquisición de un negocio existente puede traer consigo aspectos de riesgo, por lo tanto, habrá que llevar a cabo un análisis detallado sobre las ventajas y desventajas a fin de llegar a una decisión razonada.

Las ventajas que podemos considerar en la compra de un negocio existente se pueden enmarcar en los siguientes puntos:

- a)-Cuenta ya con la preferencia de clientes, (está acreditado).
- b)-Las líneas de crédito y de compras han sido ya establecidas.
- c)-El inventario y equipo necesarios ya están disponibles.
- d)-Habrá menos incertidumbre ya que deben existir registros de compra y venta de mercancía, que permita hacer un análisis y una evaluación del negocio.
- e)-Se puede comprar el negocio a un precio de oportunidad.

Desventajas que se pueden presentar:

- A)-El negocio puede estar en venta por estar generando perdidas.
- B)-Habrá que ser cautelosos para determinar la razón de sus ventas.
- C)-La existencia de mala disposición por parte de los clientes, de los proveedores y de los acreedores al transferirse al nuevo dueño.
- D)-La ubicación del negocio puede no ser la mejor.

E)-La falta de adecuación física del edificio o de las instalaciones lo que requerirá modificaciones substanciales.

Analizando los pros y los contras de comprar un negocio ya funcionando, aunque sí los hay a precio de oportunidad, se llega a la conclusión de no salir de la colonia donde se vive ya que se cuenta con local propio, está en la ubicación correcta y cerca de proveedores y consumidores, cuenta con espacio suficiente, así es que se ha decidido por instalar un negocio de MATERIAS PRIMAS Y PRODUCTOS ALIMENTICIOS en la Colonia Loma Linda, perteneciente al Municipio de Naucalpan de Juárez, Estado de México.

Obviamente al empezar de cero un giro nuevo se enfrentará a un tipo de problemas distintos a un negocio en funciones, o a situaciones que se van a generar por la incertidumbre y riesgo que lleva el negocio, pero al exponer el plan se tomó la decisión de llevarlo a cabo y enfrentar los riesgos, porque lo que mas importa es la decisión e iniciativa y sobre todo la capacidad de hacerle frente a los problemas que se puedan presentar con la operación del negocio. Así el éxito dependerá en gran medida, de la experiencia y conocimiento en la conducción y administración del mismo, porque cuando se sabe administrar y capitalizar un negocio el éxito es posible.

3.3.- Ubicación.

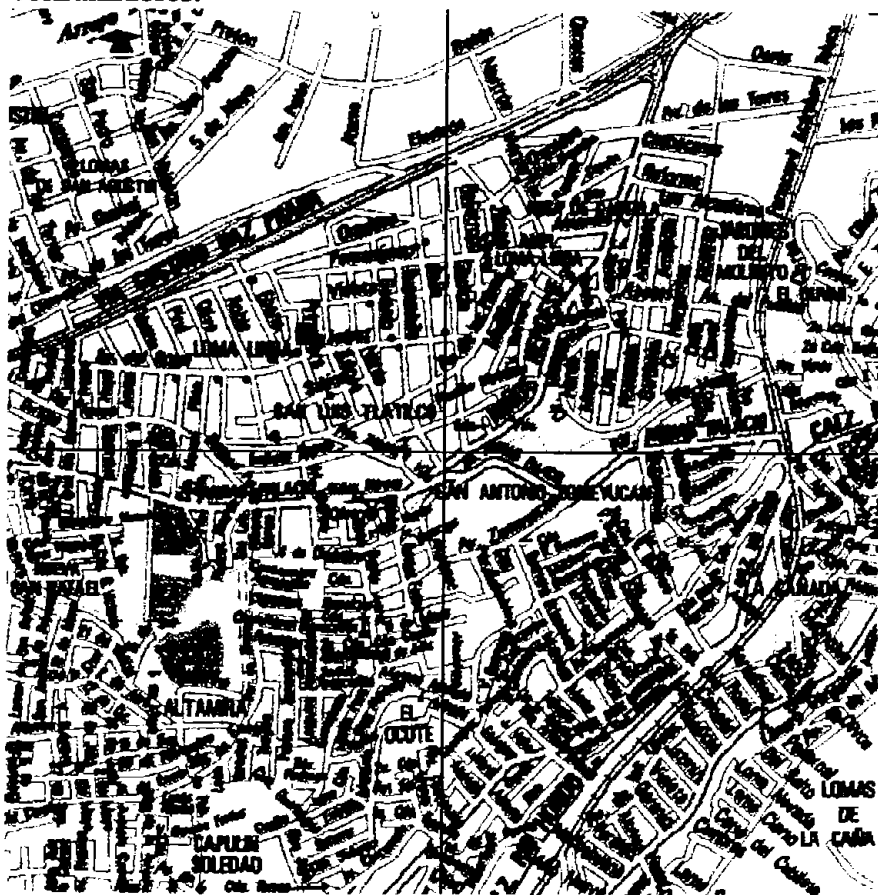
Determinar la ubicación es una actividad de investigación y análisis riguroso. Buscar la ubicación para la instalación de un negocio es uno de los principales factores de éxito para el mismo, es la elección del mejor lugar posible para el local comercial. Se debe tomar en cuenta que una mala elección de la ubicación puede suponer que un buen concepto de negocio no funcione.

En este caso, se dispone de un local comercial propio con una buena ubicación, y la atención se centró a la investigación de que necesidades existen en el entorno a la ubicación del local y así se pudo determinar que negocio se va a instalar, también se exploró que bienes o servicio se requieren para una satisfacción plena de la población, llegando a la conclusión de que el negocio a instalar sea uno de los denominados “Materias Primas y Productos Alimenticios”.

La localización del negocio a instalar esta marcado en un cuadro rojo y los puntos azules son negocios establecido a los cuales se les brindará el servicio (ver el croquis de localización pagina siguiente) y su domicilio será el de CALLE PRIMEAVERA No. 12, COLONIA LOMA LINDA, EN EL MUNICIPIO DE NAUCALPAN, ESTADO DE MEXICO.

Por otro lado, si no se dispusiera de la propiedad del establecimiento lo más adecuado hubiera sido el comenzar con la búsqueda y ubicación del local, una vez que se haya seleccionado el tipo de negocio que se quiere instalar. Esta búsqueda de la ubicación es la más importante para un negocio determinado ya que dependiendo del tiempo de negocio será su ubicación y tamaño del local, esto implica esfuerzo y conocimiento de la zona y de las mejores condiciones posibles.

Se tuvo que consultar y analizar la opinión de una persona con experiencia y que tiene un negocio similar sirviendo de gran ayuda su opinión, aprobando la selección del lugar así como el negocio a instalar, haciendo notar con su punto de vista algo muy importante y que se refiere a que dependiendo de la ubicación y del tipo de negocio pueden variar las características necesarias del local el cual contempla la necesidad de la cercanía de los proveedores y consumidores.



Si la ubicación del negocio no contempla esta cercanía de los proveedores y consumidores pueden aumentar los costos de

operación. El estar cerca de los entes económico es una de las mejores decisiones en la selección final para el negocio.

También se tomó en cuenta la competencia, solamente existe instalado un negocio de este tipo en la colonia, esto quiere decir que si existen necesidades insatisfechas que hay que cubrir.

Se consideró el flujo comercial y se constató que la ubicación es visible tanto para peatones como para automovilistas lo que da más confianza para lograr el éxito.

3.4.- Estudio del mercado

El estudio de mercado se ha realizado satisfactoriamente, y a la vez se ha establecido el compromiso de afrontar los riesgos y cumplir con el propósito de obtención de logros y buenos resultados.

Se han localizado necesidades insatisfechas o por satisfacer, se ha detectado mala atención y servicio al cliente por parte de la competencia. También se están contactando a posibles clientes que se conquistarán a futuro los que debemos capturar para que sean clientes fieles. Para lograr esta fidelidad de los clientes no van a ser suficientes los productos a comercializar sino que el buen servicio, atención prestada a reclamos y sugerencias, calidad y disponibilidad del producto, es con lo que se va a alcanzar el desempeño sin olvidar la dedicación y esfuerzo.

Se ha verificado que el mercado a quien va dirigido el producto cuenta y disponga de poder adquisitivo, dato necesario (pero no suficiente) que ayudará a medir la potencialidad de una demanda esperada y así poder determinar un inventario que pueda satisfacer a los futuros clientes. Se ha contemplado la potencialidad de esta demanda (futuros clientes) en hipótesis de cifra estimada para el negocio, tanto en importe de inversión como en plazo de realización, en otras palabras, es vital el contacto con los negocios que comercializan al detalle estos productos como son las misceláneas y tiendas de abarrotes (que serán los clientes potenciales) a los que se les dará el servicio. Se investigó que los propietarios de estos negocios tienen que salir a surtir al centro de Naucalpan lo que permite valorar la situación en lo que se refiere a costos de abasto y precios a competir, es decir para capturar ese mercado se debe ofrecer el mismo precio o mejorarlo así como dar el servicio a domicilio, este servicio será el mejor sistema de comercialización de los productos, ya que esta actividad la competencia no la está realizando.

Por otra parte el área del mercado por satisfacer es amplia y con suficientes consumidores.



- Ubicación del negocio a instalar
- Probables clientes potenciales

Al principio por la adaptabilidad, penetración y captura de clientes será difícil, pero cuando hay experiencia y capacidad de respuesta para el manejo y solución de problemas es seguro que se logrará el objetivo.

La calidad, abasto y los precios, serán manejados cuidadosamente tomando en cuenta el comportamiento en el entorno y de la competencia.

Se buscará desarrollar una estrategia de venta de la que carezca la competencia (servicio a domicilio a los clientes potenciales, volantes, anuncios en el punto de venta y puntos estratégicos) y sobre todo la atención y un buen servicio al cliente.

Se van a introducir tantas marcas de productos como sean necesarias, las cuales van a depender de su costo de operación y margen de utilidad, es decir al principio se trabajará con las marcas

que ofrecen algún descuento o bonificación y se hará de acuerdo a máximos y mínimos.

Se hizo el cálculo sobre 40 marcas de los productos en sus diferentes presentaciones (tamaños, envasado y a granel) que se van comercializar en la apertura, previendo un inventario que contemple lo mínimo necesario para iniciar el negocio. Cálculo que arroja un promedio de utilidad de \$ 400.00 semanalmente por cada una de las marcas.

También se calcula que por cada marca (de las que no dan descuento ni bonificación) que introduzca a parte de las 40 ya previstas, la utilidad se reducirá en \$ 5.00 en cada marca existente debido al costo de operación en el abasto.

-¿Porque 40 marcas y no menos o más? -Por que son las marcas que ofrecen un mejor financiamiento (crédito, descuento o bonificación). La negociación con los proveedores de estas marcas han ofrecido descuentos y/o bonificaciones que oscilan entre un 10%, 20% y hasta un 30% dependiendo del volumen de compra y tiempo de desplazamiento, es decir, se tiene que comprar cierta cantidad mínima mensual que los proveedores tienen establecida para el otorgamiento de crédito, bonificaciones y descuentos, por lo que es necesario el hacer los cálculos tomando en cuenta los gastos de operación en el abasto a futuros clientes potenciales de acuerdo a la demanda esperada. Por otro lado es bueno porque se trabaja con cierta presión a tal grado que se ve uno comprometido a lograr colocar la mercancía convenida en un tiempo determinado para su desplazamiento y cumplir con la meta de venta.

El número de marcas que pueden introducirse de acuerdo a la demanda esperada y lograr una utilidad máxima con el mínimo de costos, lo cual puede satisfacer las necesidades mínimas en el inicio del negocio y de acuerdo con las marcas previstas se obtiene de la

siguiente manera: Multiplicando las 40 marcas de apertura mas una de introducción por los \$ 400.00 de utilidad semanal por marca menos \$ 5.00 por cada marca de introducción, llegando a la obtención de la función siguiente:

$$(40 + X)(400 - 5X) = 16000 + 200X - 5X^2$$

que - sería - la - siguiente - función

$$f(X) = 16000 + 200X - 5X^2$$

Si - le - damos - valores - a - la - variable - " X " - y - graficamos - obtenemos la - gráfica - (a) - y - observamos - que - cuando - " X " - toma - el - valor - de - 20 la - utilidad - llega - a - un - máximo, - que - es - de - \$18,000.00 - por - semana lo - que - significa - que - se - puede - introducir - 20 - marcas - mas - para hacer - un - totalde - 60.

Si - aplicamos - máximos - y - mínimos

derivamos - la - función - e - igualamos - a - cero

$$f(X) = Y = 16000 + 200X - 5X^2$$

derivamos

$$Y' = 200 - 10X \Rightarrow \text{igualamos - a} = 0 \Rightarrow Y' = 200 - 10X = 0$$

$$X = 200/10$$

por - lo - tanto

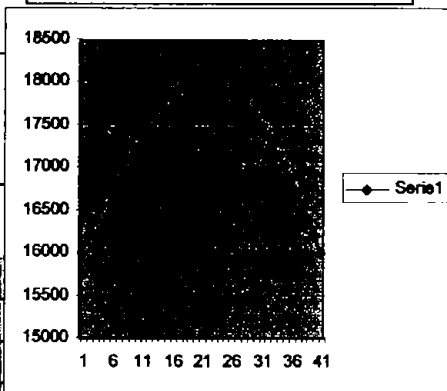
X = 20 \Rightarrow lo - que - quiere - decir - que - puedo - introducir - un - máximo de - 20 - marcas - mas - para - hacer - un - total - de - 60, - y - obtener - el máximo beneficio - de - \$18,000.00 - semanales - si - elaboramos - una - tabla - y - comprobamos los - valores - y - graficamos - obtenemos - la - gráfica - (b). - ahora - bien - si observamos - las - gráficas - de - las - curvas - son - idénticas.

400	40	16000	$Y = 200X - 5X^2$ $Y' = 200 - 10X = 0$ $X = 20$	$f(x) = 16000 + 200X - 5X^2$																																																																																									
395	41	16195		<table border="1"> <thead> <tr> <th>X</th><th>Y</th><th>X</th><th>Y</th></tr> </thead> <tbody> <tr><td>0</td><td>16000</td><td>21</td><td>17995</td></tr> <tr><td>1</td><td>16195</td><td>22</td><td>17980</td></tr> <tr><td>2</td><td>16380</td><td>23</td><td>17955</td></tr> <tr><td>3</td><td>16555</td><td>24</td><td>17920</td></tr> <tr><td>4</td><td>16720</td><td>25</td><td>17875</td></tr> <tr><td>5</td><td>16875</td><td>26</td><td>17820</td></tr> <tr><td>6</td><td>17020</td><td>27</td><td>17755</td></tr> <tr><td>7</td><td>17155</td><td>28</td><td>17680</td></tr> <tr><td>8</td><td>17280</td><td>29</td><td>17595</td></tr> <tr><td>9</td><td>17395</td><td>30</td><td>17500</td></tr> <tr><td>10</td><td>17500</td><td>31</td><td>17395</td></tr> <tr><td>11</td><td>17595</td><td>32</td><td>17280</td></tr> <tr><td>12</td><td>17680</td><td>33</td><td>17155</td></tr> <tr><td>13</td><td>17755</td><td>34</td><td>17020</td></tr> <tr><td>14</td><td>17820</td><td>35</td><td>16875</td></tr> <tr><td>15</td><td>17875</td><td>36</td><td>16720</td></tr> <tr><td>16</td><td>17920</td><td>37</td><td>16555</td></tr> <tr><td>17</td><td>17955</td><td>38</td><td>16380</td></tr> <tr><td>18</td><td>17980</td><td>39</td><td>16195</td></tr> <tr><td>19</td><td>17995</td><td>40</td><td>16000</td></tr> <tr><td>20</td><td>18000</td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	X	Y	X	Y	0	16000	21	17995	1	16195	22	17980	2	16380	23	17955	3	16555	24	17920	4	16720	25	17875	5	16875	26	17820	6	17020	27	17755	7	17155	28	17680	8	17280	29	17595	9	17395	30	17500	10	17500	31	17395	11	17595	32	17280	12	17680	33	17155	13	17755	34	17020	14	17820	35	16875	15	17875	36	16720	16	17920	37	16555	17	17955	38	16380	18	17980	39	16195	19	17995	40	16000	20	18000			
X	Y	X			Y																																																																																								
0	16000	21			17995																																																																																								
1	16195	22			17980																																																																																								
2	16380	23			17955																																																																																								
3	16555	24			17920																																																																																								
4	16720	25			17875																																																																																								
5	16875	26			17820																																																																																								
6	17020	27			17755																																																																																								
7	17155	28	17680																																																																																										
8	17280	29	17595																																																																																										
9	17395	30	17500																																																																																										
10	17500	31	17395																																																																																										
11	17595	32	17280																																																																																										
12	17680	33	17155																																																																																										
13	17755	34	17020																																																																																										
14	17820	35	16875																																																																																										
15	17875	36	16720																																																																																										
16	17920	37	16555																																																																																										
17	17955	38	16380																																																																																										
18	17980	39	16195																																																																																										
19	17995	40	16000																																																																																										
20	18000																																																																																												
390	42	16360																																																																																											
385	43	16555	285	61	17985																																																																																								
380	44	16720	290	62	17980																																																																																								
375	45	16875	295	63	17955																																																																																								
370	46	17020	300	64	17920																																																																																								
365	47	17155	305	65	17875																																																																																								
360	48	17280	310	66	17820																																																																																								
355	49	17395	315	67	17755																																																																																								
350	50	17500	320	68	17680																																																																																								
345	51	17595	325	69	17595																																																																																								
340	52	17680	330	70	17500																																																																																								
335	53	17755	335	71	17395																																																																																								
330	54	17820	340	72	17280																																																																																								
325	55	17875	345	73	17155																																																																																								
320	56	17920	350	74	17020																																																																																								
315	57	17955	355	75	16875																																																																																								
310	58	17980	360	76	16720																																																																																								
305	59	17995	365	77	16555																																																																																								
300	60	18000	370	78	16380																																																																																								
			375	79	16195																																																																																								
			380	80	16000																																																																																								

Datos para G-(b)

Datos para G-(a)

Gráfica (a) $f(x) = 16000 + 200x - 5x^2$

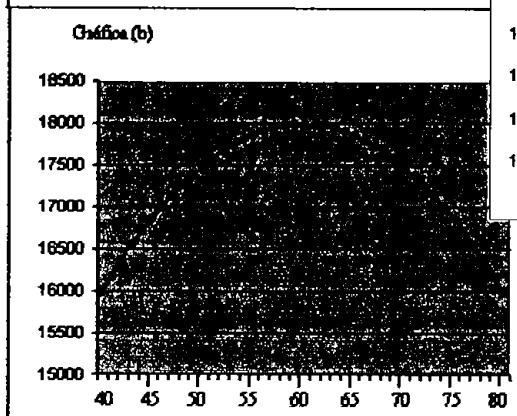


$$Y = 16000 + 200X - 5X^2$$

$$Y' = 200 - 10X = 0$$

$$X = 20$$

Gráfica (b)



Si observamos las curvas de las gráficas son las mismas, en el caso (a) se le dieron valores a la variable X. En caso de la curva (b) se derivó la función se descontó \$ 5.00 por cada marca adicional después de las 40 previstas.

Esto no quiere decir que sólo se debe de trabajar con las marcas resultantes, sino que el cálculo está hecho en base al tamaño del mercado inicial, crédito y capital disponible, es decir, la disponibilidad y la búsqueda de más clientes será la base para ampliar el mercado que es lo que realmente harán crecer el negocio que es la finalidad a conseguir.

Ahora bien, para lograr el crecimiento del negocio es necesario que haya una aceptable adopción de los artículos a comercializar, ya que las formas en que los consumidores adoptan los productos tiene sus variantes, es decir, no todos responden a la misma propaganda o llamados promocionales, si trazamos una gráfica tiene un parecido a la curva del producto total, y la grafica del ciclo de vida del producto, "mientras es novedoso, el ciclo de vida del producto se consume a un periodo sumamente breve. El ciclo de vida de un artículo novedoso puede exhibir una ausencia casi total de etapa introductoria, alcanzar niveles muy altos de venta con gran celeridad y después perder su mercado prácticamente de la noche a la mañana"¹¹. Es importante el saber elegir los productos novedosos porque estos siempre se van a relacionar con ciertas temporadas del año así como gustos y preferencias de los consumidores

En la siguiente gráfica se aprecian las etapas con las que se puede explicar el comportamiento, tanto de la producción, como de la comercialización de artículos de consumo en el mercado, donde la mayor utilidad se alcanza en el punto más alto de la curva durante la última parte de la etapa del desarrollo antes de que el producto entre a su madurez y decaiga.

11 -Robert W Froy.- Estrategias Básicas de Mercadotecnia. Ed. Trillas Primera reimpresión México 1991.pp-298-320

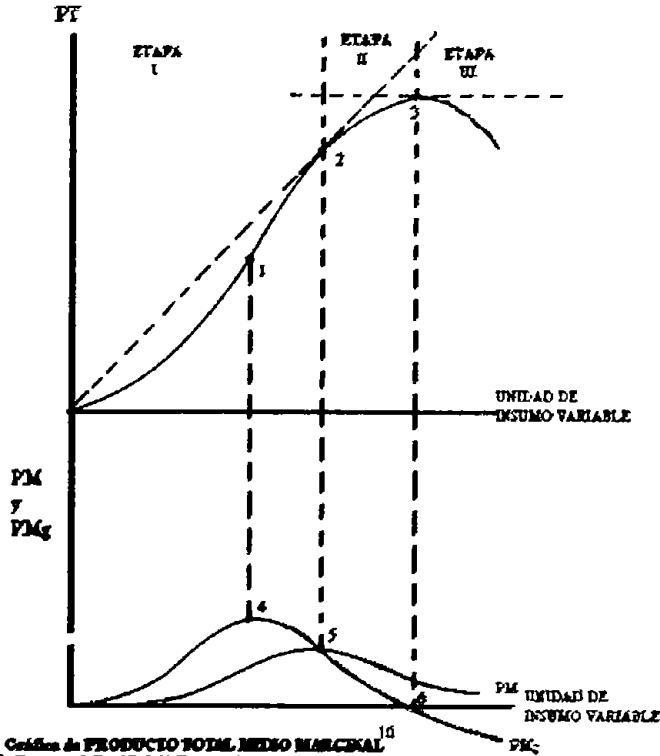
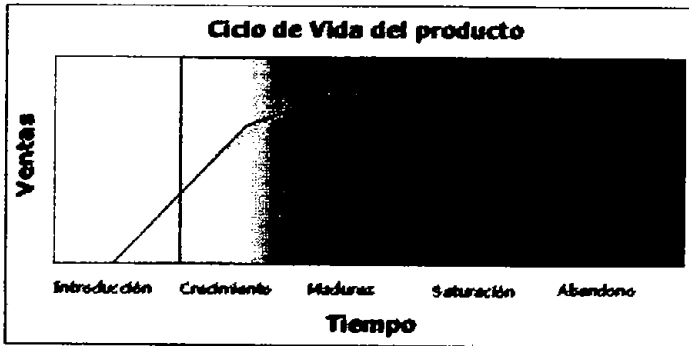


Gráfico de PRODUCTO TOTAL, MEDIO MARGINAL
 10 - Ferguson C.E. y I.P. Gold - Teoría microeconómica. Na. Reimp. México 1980 F.C.E. pp-131-148

PT = Produto Total.

Etapas de la producción	Etapas del mercadeo
I.-Crecimiento.-La cantidad que hay que producir a determinado precio surge en esta etapa.	I.-Adaptación.-Cantidad de mercancía (introducción) y a que precio voy a vender, hay poca variación en el precio hay que incrementar la cartera de clientes, es un periodo largo y se representa por una curva suave precios ponderados acordes con la competencia.
II.-Consolidado.-La eficiencia de lograrlo cuando el Costo marginal es igual al Ingreso marginal (Cmg=Img), quiere decir que ya cubrí todos mis costos y puedo disponer de mis utilidades.	II.-Estoy consolidado en el mercado hay variaciones estacionales por los hábitos y tradiciones y por condiciones climáticas, ya cubrí todos mis gastos e inventario, puedo disponer de las utilidades.
III.-Máxima productividad y saturación del mercado.	III.-Máxima utilidad y saturación del mercado.
IV.-Decadencia.-Ya mi equipo es obsoleto requiere de nueva inversión e innovaciones tecnológicas, o desaparezco del mercado.	IV.-Hay fluctuaciones cíclicas, los artículos pasaron de moda, su ciclo termino, debo

buscar novedades y hacer mejoras al local y mejorar la atención para conservar los clientes potenciales o desaparezo del mercado.



El ciclo de vida de la microempresa o pequeños negocios va de uno a diez años, muy pocas son las que logran pasar a otras generaciones.

3.4.1-Misión del negocio.

-Promover la cultura del consumo mediante una excelente calidad del producto, atención y servicio al cliente con precios competitivos del mercado, tratando de que el consumidor quede con una satisfacción plena y lograr hacerlo un cliente fiel, cotidiano y potencial.

-Lograr que el negocio crezca hasta llegar a estar entre los mejores de la zona

-Contar con la mejor atención y servicio al cliente.

-Adaptabilidad a las exigencias del cliente.

-Con el crecimiento del negocio se logren la generación de empleos.

-Mejora continua: innovar productos, reducir costos, facilitar el trabajo a todos los niveles con el fin de permanecer y mejorar en el mercado.

El llevar un buen control de calidad en el servicio, hará que cada uno de los integrantes del equipo de trabajo pongan su mejor esfuerzo y dedicación para lograr la meta trazada porque la función del control de calidad hace que el producto, el bien o el servicio tenga una calidad aceptable para beneficio del consumidor “La garantía de calidad implica adelantarse a los consumidores para determinar sus necesidades, desarrollar nuevos productos, hacer que los compren, prestar un servicio posterior eficaz”,¹² debiendo preservar el nivel o estado de aceptación para el consumidor, así como reducir el margen de errores en el servicio y evitar gastos innecesarios que puedan afectar el negocio y así lograr el nivel de utilidad deseado.

12.- .Kaoru Ishikawa (1992).- ¿Qué es el control de calidad?.-Ed. Norma 5ª Reimpresión, Colombia Marzo de.-p-170

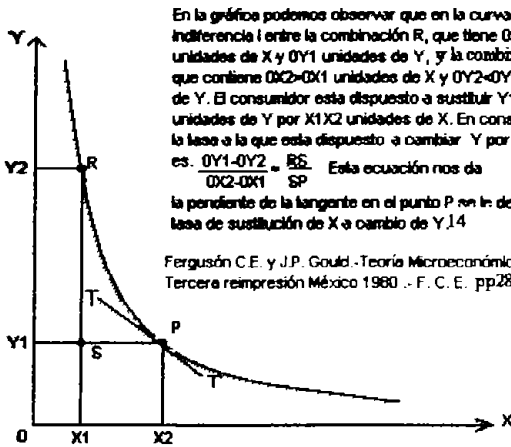
3.5.-Definición de los artículos a comercializar.

La mayoría de los artículos a comercializar, es todo lo relacionado a la dulcería, artículos de uso desechable (platos, vasos, cucharas, tenedores, popotes, etc.), así como bebidas no gaseosas de los denominados jugos en todas sus presentaciones incluyendo tamaño y envase (cartón, lata y vidrio), pastas para sopa, harinas, polvos, para preparar agua y gelatina, salsas, etc.

El mecanismo de la comercialización de artículos de consumo alimenticio son los que se llevan un mayor porcentaje de los ingresos familiares que el consumidor puede gastar.

Los alimentos se venden en un mercado relativamente perfecto, es decir, los precios de los alimentos están determinados por la oferta y la demanda. Para este caso de los alimentos están implicados algunos factores como es la calidad presentación, precio, entre otros, ya que existen varias empresas que compiten para tratar de colocar sus productos alimenticios en el mercado, otro de los factores es que casi todos los alimentos son sustituibles en cierto grado unos de otros y así como los consumidores son más objetivos a cerca de los valores económicos y hay más conocimiento e información a cerca de los mismos hacen comparativos a tal grado que pueden sacrificar cierta cantidad del bien Y a cambio de obtener una unidad adicional del bien X, es decir, que el consumidor permanezca en el mismo nivel de satisfacción.

En el grafico siguiente podemos ver hasta que punto esta dispuesto el consumidor a sustituir una parte del bien X por el bien Y, encontrando satisfacción plena acorde con sus ingreso ya sean ingresos altos o ingresos bajos, lo importante es dejar ver que los alimentos son los artículos mas sustituibles del mercado.



En la gráfica podemos observar que en la curva de indiferencia I entre la combinación R , que tiene OX_1 unidades de X y OY_1 unidades de Y , y la combinación P que contiene OX_2-OX_1 unidades de X y OY_2-OY_1 unidades de Y . El consumidor está dispuesto a sustituir Y_1Y_2 unidades de Y por X_1X_2 unidades de X . En consecuencia, la tasa a la que está dispuesto a cambiar Y por X es: $\frac{OY_1-OY_2}{OX_2-OX_1} = \frac{RS}{SP}$. Esta ecuación nos da la pendiente de la tangente en el punto P en la denomina la tasa de sustitución de X a cambio de Y .¹⁴

Ferguson C.E. y J.P. Gould.-Teoría Microeconómica.- Tercera reimpresión México 1980.- F. C. E. pp28

La tasa marginal de sustitución del bien X a cambio del bien Y , nos va a medir el número de unidades que el consumidor está dispuesto a sacrificar de un bien a cambio de otro ya sea del bien X o del bien Y , de tal manera que se conserve el mismo grado de satisfacción.

14.- Ferguson C. E. Y J. P. Gould.- op.cit,pp-28-29

3.6.- Abasto del mercado.

La disponibilidad de los productos son esenciales, ya que son la base primordial del negocio, cuando existe un buen abasto hay un buen número de clientes a satisfacer.

Se ha analizado y corroborado de manera exhaustiva, que el abasto al negocio sea de manera directa, es decir de los productores al negocio sin más intermediarios, para evitar incrementos al producto por los costos del intermediarismo.

En primer lugar, el estudio del abasto se hizo en base a la demanda estimada, para tratar de descubrir las características más importantes de los consumidores, quienes son, donde están y lo más importante cuantos son y su poder adquisitivo así como sus gustos y preferencias.

Ahora bien, la selección de los proveedores de la gama de artículos a comercializar se hizo en base a la demanda esperada, gustos, costumbres y preferencias de los consumidores, sin olvidar la importancia de descuentos o bonificaciones porque los precios a que se pueden adquirir las mercancías son un factor determinante de la viabilidad comercial y financiera, así como tener cuidado de no hacer adquisiciones de productos nuevos o desconocidos para el consumidor y que debido a una mala presentación, nula publicidad, precio y calidad no acordes al producto, es seguro que tenga poca demanda y serán recursos estáticos artículos que se tengan que promover con ofertas para la recuperación de lo invertido.

Por lo tanto se debe tener cuidado en la adquisición de los productos a comercializar y sobre todo en aquellos artículos perecederos. Se deberá tener una calendarización de los proveedores así como de estimaciones de los pedidos para surtir a

clientes potenciales, esto permitirá tener el inventario al día y con producto fresco y confiable de acuerdo a su caducidad.

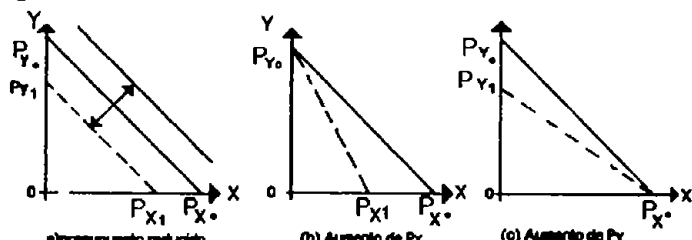
El establecimiento del programa de abastecimiento elaborado para el negocio se hará conforme a la información del producto a comercializar con los clientes potenciales y también de acuerdo a la información de las necesidades de las familias de los artículos a consumir, que nos servirán para determinar magnitudes y frecuencia de abasto. Ya que si tomamos en cuenta que el precio de compra y precio de venta así como el volumen y frecuencia de adquisiciones determinarán el grado de crecimiento del negocio.

Por otro lado, cuando hay una buena oferta de artículos no perecederos o de amplia caducidad se puede abastecer de acuerdo al capital disponible, tiempo de desplazamiento y amplia utilidad, porque la pronta rotación de la inversión dará una pronta disposición de la utilidad, es decir, por ejemplo invertir \$100.00 en productos que se venden al momento con una utilidad del 10% y no invertir esos \$ 100.00 en productos que dejan 30% en 15 días que tarda su desplazamiento. En determinado momento los dos productos son viables de inversión pero se prefiere ganar \$10.00 diarios en una inversión de \$ 100.00 a \$30.00 cada 15 días por la misma inversión.

Es un ejemplo de los costos de oportunidad y el concepto que guarda es el que nos debe de servir para una buena elección y determinación del abasto de los artículos a comercializar.

3.7.-Análisis de la Oferta y la Demanda.

Por la demanda entendemos que es el conjunto de necesidades sentidas, así como expectativas y deseos, también la capacidad de consumo de un grupo dado de personas o empresas en referencia a un artículo, producto o servicio determinado, al conocer la demanda estaremos en condiciones de identificar las necesidades insatisfechas, es decir, aquellas que no han sido atendidas de una manera adecuada así también nos permite analizar la forma de como los consumidores esperan esos satisfactores, de acuerdo a sus ingresos.



Tenemos un Presupuesto asignado para dos canastas (X,Y), cuando hay un incremento o decremento en el presupuesto la curva se desplaza a la derecha o izquierda sin variar la pendiente ya que la curva depende de los precios relativos (P_x/P_y), es decir, los precios no se ven afectados por el cambio de los gastos Gráfica (a) un cambio de P_x modifica la pendiente sin afectar el punto de intersección del eje vertical Gráfica (b). Un cambio de P_y , también modifica la pendiente y el punto de intersección del eje vertical, Gráfica (c).

$$Y = a + bx$$

Por medio de la conocida función lineal de la forma $Y = a + bx$ donde "a" es la intersección en el eje vertical y "bx" es la pendiente de la recta, así vemos que: "A partir de la ecuación y los gráficos, se puede decir con facilidad los efectos de los cambios" e un incremento o decremento de mis ingresos puedo comprar o comprar menos y la pendiente no cambia, si se incrementan el precio de la canasta Y compraré menos de ese bien, análogamente para el bien X. Queda comprendido que al modificarse el precio de cualquiera de las canastas la pendiente se modifica. 15

Edward T Dowling. Matemáticas para economistas. McGraw-Hill. México 1982

Sabemos por la teoría económica que el comportamiento de los consumidores va a estar en función de su ingreso y el gasto privado va a estar formado por las familias y las empresas por lo tanto es un componente económico de los entes económicos y nos encontramos también que el hogar es un conjunto de individuos que comparten ingresos y gastos de manera individual o colectiva.

De esta manera podemos decir que los consumidores, son personas que compran un bien o servicio y los agrupamos en hogares “todos somos consumidores, cualquier miembro de cualquier sociedad es un consumidor cotidiano”¹⁶

Si analizamos los gráficos, nos encontramos simple y llanamente que el papel del consumidor se activa cuando se incrementa su ingreso, en otras palabras, las necesidades del consumidor crecen por que sus mayores posibilidades económicas crecen también, aunado a este fenómeno del consumidor está el crecimiento de la población y población flotante así como la búsqueda de mas clientes harán que el negocio alcance el éxito esperado.

Por otro lado el producto a comercializar, en su gran mayoría serán dulces, chocolates y bebidas no gaseosas (jugos), que de por si en cualquier extracto social tienen una gran demanda.

Con la conducta de los consumidores y compradores podemos determinar la tendencia de la demanda, tendencia que indudablemente estará influenciada por la calidad del producto y precio competitivo ya que una de las características del consumidor actual es que actúa de una manera impulsiva e irracional pero busca calidad e impacto ambiental. Podemos decir con certeza que la marca y la información son algunas características en las que el consumidor se basa para comprar algo, según para el de mejor “calidad”.

También tenemos que la elección del consumidor es el proceso que revela varias cosas:

- a).- Gusto.
- b).- Cultura.
- c).- Nivel Socioeconómico. (Entre más tiene más consume)
- d).- Información.
- e).- Preferencias.

16.-Las decisiones del consumidor.-Colección Demos.- Biblioteca de Ciencias Económicas. Ed. Trillas 1974-p-75

Todo esto se ve reflejado en el precio que es el proceso de elección y que también nos refleja su estilo de vida (toda su cultura, gustos y preferencias), en sí con la conducta de los consumidores y compradores podemos determinar la tendencia de la demanda y ver si es estable o no lo es, ya que “los consumidores cambian permanentemente de acuerdo a sus gustos, preferencias y emociones, en algunas épocas del año o cada cierto tiempo hay productos que se van adaptando a los gustos y preferencias, es decir, a la moda o temporada del año.”¹⁷

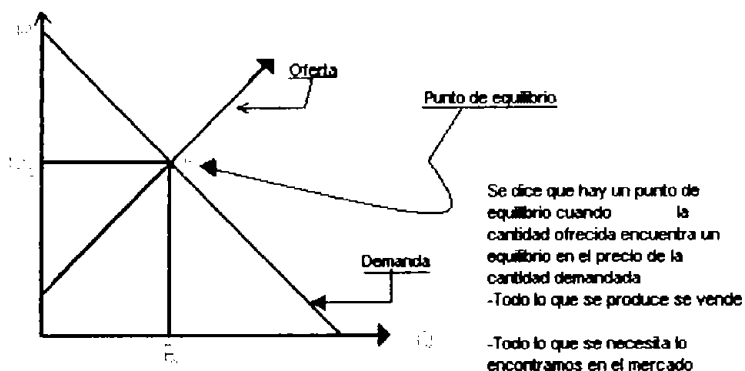
En época navideña u otros meses del año hay publicidad y anuncios en los medios de comunicación que inducen al consumidor a la compra masiva de ciertos productos que están de moda o son apropiados para la ocasión o temporada y que rápidamente se convierten en el ideal ya sea para niños, jóvenes o adultos.

También algunos artículos toman formas diferente o innovadoras con respecto del año anterior que traen consigo un mayor consumo y por ende un incremento en la demanda. “Esas motivaciones cambiantes y los requisitos exigidos tan particulares son las modas. Con estas características principales de la moda y su volatilidad nos debe interesar que es más importante conocer su evolución o como se le conoce las tendencias de la moda”¹⁸

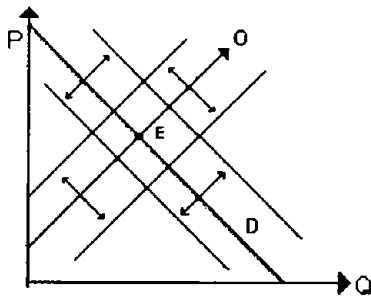
El conocimiento de las tendencias de la oferta y la demanda forzosamente nos llevan a establecer o encontrar un punto de equilibrio entre dichas variables a través del precio, es decir, la cantidad ofrecida encuentra un punto de equilibrio en el precio de la cantidad demandada.

17.-Biblioteca de Administración Propiedad y Mediana Empresa. Vol. I.-Mc Graw-Hill, pp 48

18.-Op. Cit. pp-54



La importancia que tiene la economía en el comercio y la mejor manera de apreciarla es empezando a analizar la oferta y la demanda como uno de los elementos básicos ya que en todo mercado competitivo existen estas variables las cuales son esenciales para saber en un momento determinado el rumbo que va tomando el negocio, en otras palabras, nos debemos de basar en el principio de equilibrio del mercado o sea que existe un mecanismo de ajuste a través del mercado donde el precio incorpora toda la información; donde se producen, quien comercializa los productos y quien los consume, quedando todos satisfechos y maximizando su beneficio en un punto determinado. Donde los productores y los comercializadores maximizan sus beneficios de acuerdo a sus restricciones técnicas para unos, de financiamiento para otros y uno de los conceptos básicos para el consumidor es que maximiza su presupuesto de acuerdo a lo que se tiene.



Las curvas de Oferta y Demanda me indican que cantidad de mercancía debo tener en existencia física y cuanto demandarán los consumidores en función del precio y su presupuesto

En los mercados competitivos, las variables de oferta y demanda indicarán influyen en cuanto inventario que se debe tener para satisfacer a los consumidores que en función del precio ofrecido se incrementará o caerá la demanda, es decir, no tener un exceso en almacenamiento pero tampoco un inventario bajo, o sea que, deben estar equilibradas las existencias con la oferta y demanda.

3.7.1. -Análisis de precios.

Para un buen análisis de precios hay que recordar que aunque cada cual esta en su derecho el establecer los precios para sus productos o servicios, nos encontramos que “al fijar el precio se debe tener en cuenta sus costos primos medios y los precios establecidos por otras empresas que produzcan artículos semejantes. Necesita asegurarse de que su precio no resulten demasiado elevado con relación a los fijados por otras empresas, ya que entonces se reducirían fuertemente sus ventas; pero también de que sus precios no resulten demasiado bajos en relación con su costo primo medio, ello disminuiría enormemente su margen de utilidad”¹⁹. Aunque a fin de cuentas es el cliente quien decide si está dispuesto a pagar el precio que se establezca para los artículos o productos en venta, y a la vez los competidores influenciaran en las decisiones de compra de los clientes. Se debe tomar en cuenta el análisis de Kalecki y seguir las recomendaciones de que se haga una investigación extensiva en la industria o comercios de los productos o servicios a comercializar, y estar en posibilidades de ponderar los precios y sean acordes con los de sus competidores.

Esta evaluación del mercado es la más importante ya que nos da los elementos necesarios, es decir, nos puede proporcionar datos básicos para determinar a que precio se puede vender con éxito los productos o servicios a comercializar. Este proceso incluye definir los objetivos, estudiar la competencia y su base de clientes, así como entrevistar a proveedores y clientes potenciales ya que estos nos darán un marco de referencia en cuanto a lo que sucede en el entorno, esta información es la que nos puede ayudar a adaptar los productos o servicios para satisfacer mejor las necesidades de los clientes.

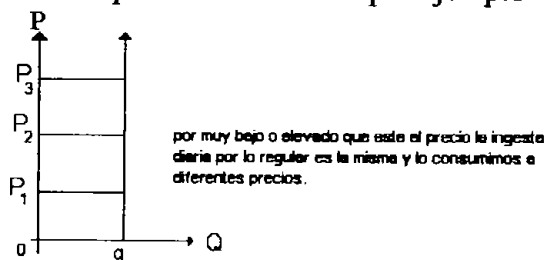
Esta investigación de mercado con respecto a la fijación de precios

19.-Kalecki, Michal. -Teoría de la Dinámica Económica-. Segunda reimpresión México Fondo de Cultura Económica 1977. -pp11

debe realizarse cotidianamente y mantener contacto con clientes y proveedores para estar preparados a brindar el servicio así como prever las necesidades cambiantes de los clientes.

Para la fijación de precios de venta al detalle y menudeo la práctica común de los pequeños negocios es seguir las recomendaciones de los fabricantes o proveedores en cuanto al precio al menudeo de sus productos aunque en mucho de los casos, sobre todo de los artículos de primera necesidad, las empresas imponen el precio. Otras dan un precio sugerido de venta al menudeo, y es fácil de utilizar, pero ellos no toman en cuenta de manera adecuada los elementos de la competencia, es decir, si se toma el precio sugerido del proveedor pudiera estar elevado y se perderían clientes (las ventas se reducirían), ahora bien, si establezco precios bajos mi margen de utilidad se vería mermado y con el riesgo de que si la competencia es más fuerte, puede igualar o mejorar mis precios estableciendo una (guerra de precios), lo que nos puede llevar a un rotundo fracaso.

En los precios de los artículos de la canasta básica de venta al detalle y menudeo, existen productos que varían su precio con una mayor frecuencia que otros productos el huevo por ejemplo



En la grafica podemos observar que consumimos la misma cantidad a diferentes precios. El precio de este producto, en específico, en una quincena puede pasar del precio P_1 y llegar al precio P_3 y en la siguiente quincena volver a bajar el P_1 , y aunque es un producto de primera necesidad, es perecedero, y no lo podemos almacenar por demasiado tiempo, es decir, por muy bajo que sea su precio y por

cuestiones de salud por lo regular se consume la misma cantidad (caro o barato).

También es preciso analizar precios por arriba de la competencia, pueden ser una estrategia posible cuando el cliente busca una mejor atención o calidad del producto, se debe entender que la calidad y atención al cliente es una de las prioridades en la actualidad, no se deben perder los clientes potenciales que serán al fin y al cabo los que nos mantendrán en el mercado comercializando los productos de su gusto y preferencia, ya que el cliente responde inteligente y rápidamente a los artículos de buena calidad y precios competitivos, porque de alguna manera la competencia y los compradores inteligentes son los que nos mantienen más activos al estar constantemente al corriente en el entorno por los factores que pudieran afectar al negocio.

“El objetivo primordial de un negocio es el de aplicar todo el esfuerzo posible sacrificando recursos humanos y tiempo, para dejar al cliente satisfecho lo que se nos recompensa en la obtención de una ganancia”²⁰

Por otro lado algunas de las justificantes que el cliente está dispuesto a pagar precios más elevados son:

- a) Consideraciones del servicio y satisfacción en el manejo de ciertos productos comestibles, conocimiento del producto y sobretodo el servicio que se le brinda.
- b) Una ubicación accesible y exclusiva, y
- c) Mercancía exclusiva, o de acuerdo su nivel socioeconómico sobre todo porque entre mas recursos tiene más consume.

3.8.- Costos.

Los costos en los activos fijos se calculan de acuerdo a la información obtenida con cotizaciones hechas por diferentes negociaciones, los que se detallan en el cuadro siguiente:

Descripción	Activo Fijo		Importe	%
	cantidad	Precio		
Cortinas de seguridad	2	\$ 6,000.00	\$ 12,000.00	33.7
Vitrinas /exhibidores	2	\$ 2,500.00	\$ 5,000.00	14.0
Anaqueles	8	\$ 800.00	\$ 6,400.00	18.0
Tarimas de madera	50	\$ 35.00	\$ 1,750.00	4.9
Lámparas	10	\$ 80.00	\$ 800.00	2.2
Balastaras	8	\$ 150.00	\$ 1,200.00	3.4
Báscula	1	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	9.8
Sumadora	1	\$ 700.00	\$ 700.00	2.0
Protección (caja y mostrador)	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	4.2
Teléfono	1	\$1,800.00	\$1,800.00	5.0
Papelería	Varios	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	2.8
Total			\$ 35,650.00	100

No se contempla el local ya que la construcción es propia y el gasto ya está hecho para cualquier tipo de negocio que se adapte a la ubicación, espacio y finalidad.

Tampoco se contempla el automóvil y camioneta porque también se cuenta con ellos, solo se contemplan gastos indirectos.

Habrán otros costos los cuales serán difíciles de cuantificar como son los costos de espacio de venta, ya que la gran mayoría de los negocios de venta de artículos al detalle y menudeo, se ocupa más espacio en la exhibición que en el almacenamiento, en el caso de la venta de materias primas debe haber cierta cantidad de vitrinas y anaqueles para el acomodo y exhibición de la mercancía, pero estos espacios de venta se consideran como renta del local. También se tendrán que incluir los gastos de publicidad en puntos estratégicos

así como en el punto de venta.

En los gastos indirectos de la operatividad del negocio se contemplan los siguientes gastos mensuales:

Gastos indirectos	
Concepto	Importe
Luz	\$ 600.00
Agua	\$ 150.00
Teléfono	\$ 1,200.00
Gasolina	\$ 1,000.00
Impuestos	\$ 3,618.00 (Aproximadamente)
varios	\$ 1,000.00
Total	\$ 7,568.00

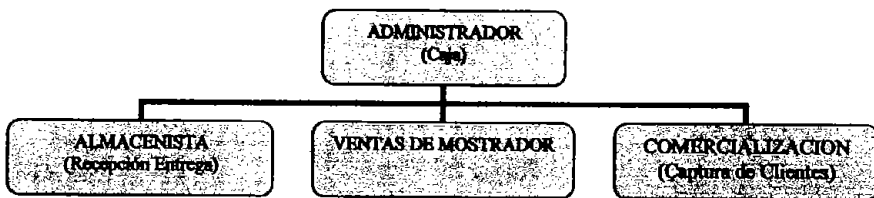
Activo Circulante	\$ 260,000.00
--------------------------	----------------------

En la Apertura se ha presupuestado como arranque del negocio un capital de \$ 260,000.00, que será la rotación mensual del capital de acuerdo con la demanda estimada, ya que se espera tener una venta semanal de \$ 90,000.00. Cabe mencionar que toda la mercancía está calculada para arrojar un 20 % de utilidad sin contar la bonificación o descuentos hechos por los proveedores, descuentos que oscilan entre el 10%, 20% y 30% dependiendo del volumen y frecuencia de compra, gran parte de las utilidades de estos descuentos o bonificaciones, se destinarán a impulsar aquellos artículos de lenta rotación.

El financiamiento de la apertura se hará con recursos propios y dependiendo de la demanda los proveedores serán los mejores financiadores con los créditos que le otorguen al negocio.

3.9.- Administración.

El micro-negocio se estructurará de la siguiente manera:



Como se observa es una estructura de la más simple, solo habrá --Un Administrador que es el dueño (jefe de familia) y encargado de la caja.

-Un Almacenistas, que se encargara de recibir, contar, verificar y almacenar la mercancía. Así como llevar un estricto control del inventario, teniendo que hacer los requerimientos de mercancía cuando sean necesarios y evitar escasez o existencia excesiva de los artículos.

-Una persona de ventas de mostrador, se encargara de tomar el pedido y surtimiento de mercancía y extender un comprobante para realizar el pago en caja.

-Una persona para la comercialización de los artículos, que se encargara de hacer la publicidad en el punto de venta, promoviendo ofertas y descuentos sobre todo de aquellos artículos que no son plenamente identificables por los medios masivos de difusión (TV

radio, periódico y revistas) ya que los productores y proveedores de estos productos se encargan de hacerlos conocer por alguno de estos medios. Otra de sus funciones también será la de entregar los pedidos a los diferentes negocios a los que se les brindará el servicio a domicilio, así como encargarse de la captura de más clientes, es decir, se tiene que buscar más clientes aparte de los ya previstos hasta lograr cubrir el área de la colonia y continuar con las colonias aledañas.

El sistema a seguir de la comercialización de los productos se hará mediante una calendarización o cuando sea necesario en casos emergentes, esto se hará también para recibir la mercancía de los diferentes proveedores, así como para entregar los pedidos domiciliarios.

Por lo que respecta al control de las compras y las ventas no se requiere más que un cuaderno, una sumadora, y una pluma para anotar los registros del día, que es el requisito que pide el Sistema de Administración Tributaria (SAT)²¹ para hacer el pago de impuestos cada bimestre, quedando de la siguiente manera:

Fecha	Ventas	Gastos Directos	Gastos Indirectos	saldo
01-11-04	\$ 14,395.00	\$ 13,289.00		\$ 1,106.00
02-11-04	\$ 15,325.00	\$ 14,133.00		\$ 2,298.00
03-11-04	\$ 13,895.00	\$ 12,526.00	\$ 3,618.00 (Imp)	\$ 49.00
.
.
.
24-11-04	\$ 16,895.00	\$ 14,352.00	\$ 600.00 (Luz)	\$ 59,400.00
25-11-04	\$ 13,992.00	\$ 11,833.00	\$ 150.00 (Agua)	\$ 61,409.00
26-11-04	\$ 17,326.00	\$ 15,263.00	\$ 1,200.00 (Teléf)	\$ 62,272.00
27-11-04	\$ 14,228.00	\$ 21,415.00	\$ 1,000.00(Gasol)	\$ 54,085.00
28-11-04	-----	-----	-----	\$ 54,085.00
29-11-04	\$ 13,235.00	\$ 18,312.00	\$ 1,000.00 (Var)	\$ 48,008.00
30-11-04	\$ 15,029.00	\$ 17,290.00		\$ 45,747.00
Total	\$390,000.00	\$336,685.00	\$ 7,568.00	\$ 45,747.00

21.- Secretaría de Economía. Contabilidad. Capacitación Genérica en Establecimientos -2002

3.9.1- Recursos humanos.

Los recursos humanos estarán integrados solo por la familia, (El Papá, La Mamá e Hijos)

La selección de los puestos se hizo analizando el perfil de cada uno, tomando en cuenta las habilidades y dones que se tienen, ejemplo de ello es que no todos tenemos la paciencia de tratar a las personas, es decir, alguien de nosotros no tiene la habilidad de convencimiento hacia los demás, cualidad que reúnen los que ocuparán el puesto de ventas de mostrador y el encargado de comercializar los productos.

No se contempla nómina por ser un negocio familiar, y al principio se reinvertirán la utilidades hasta lograr que el financiamiento sea totalmente de recursos propios, posteriormente, de las utilidades obtenidas se repartirán equitativamente en 5 partes, ya que una corresponderá a la capitalización del negocio.

3.10.- Capitalización del negocio.

Tomando en cuenta de que será un pequeño negocio familiar, se buscará la capitalización en base a las ventas estimadas, acorde con la demanda esperada, se tomara una 1/5 parte de las utilidades netas durante todo el proceso de vida del negocio, al principio se reinvertirán las utilidades hasta logra un financiamiento propio, hasta entonces no se podrá disponer de las utilidades. Ahora bien, como son productos plenamente conocidos y bien identificados los que se van a comercializar, se espera cumplir con las expectativas de la demanda esperada.

Por otro lado, se contempla el disponer de las bonificaciones y descuentos que harán las marcas de los productos a comercializar, considerándose como una parte de la capitalización. Los descuentos y bonificaciones oscilan entre un 10%, 20% y hasta un 30%, dependiendo del volumen y frecuencia de compra, siendo de la siguiente manera:

Se aplica un 20% de margen de ganancia independientemente de la bonificación						
Caso No.1 Supongamos que son tres proveedores distintos y el precio unitario es el mismo						
Cantidad	Descripción	% Bonificación	Total de Mercancía	Precio Unitario	Total a Pagar	Importe de la Venta
10 cajas	Producto X	10%	11 Cajas	\$ 100.00	\$ 1,000.00	\$ 1,320.00
10 cajas	Producto Y	20%	12 Cajas	\$ 100.00	\$ 1,000.00	\$ 1,440.00
10 cajas	Producto Z	30%	13 Cajas	\$ 100.00	\$ 1,000.00	\$ 1,560.00
Total	30		36 Cajas		\$ 3,000.00	\$ 4,320.00

Si analizamos el cuadro podemos observar que la bonificación no la hacen en efectivo sino en especie, es decir, por cada 10 cajas que compre (es la compra mínima) bonificarán una caja si es el 10%, 2 cajas si es el 20% y 3 cajas si es el 30% y si calculamos el margen de ganancia vemos que es de $[(\$4,320.00 - \$3,000.00) / \$3,000.00] \cdot 100 = 44\% = \$1,320.00 - de - utilidad$.

Parte de esta utilidad se aplica a la promoción y ofertas de los mismos artículos, inclusive también para promover aquellos artículos de baja demanda. Veamos que pasa cuando nos hacen el

descuento directo, es decir, cuando no se bonifica en especie sino entendiéndolo como una rebaja al precio, analicemos el cuadro siguiente:

Se aplica un 20% de margen de ganancia independientemente del descuento						
Caso No.2 Supongamos que son tres proveedores distintos y el precio unitario es el mismo						
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Descuento	Precio con descuento	Total a Pagar	Importe de la Venta
10 cajas	Producto A	\$ 100.00	10%	\$ 90.00	\$ 900.00	\$ 1,200.00
10 cajas	Producto B	\$ 100.00	20%	\$ 80.00	\$ 800.00	\$ 1,200.00
10 cajas	Producto C	\$ 100.00	30%	\$ 70.00	\$ 700.00	\$ 1,200.00
Total	30				\$ 2,400.00	\$ 3,600.00

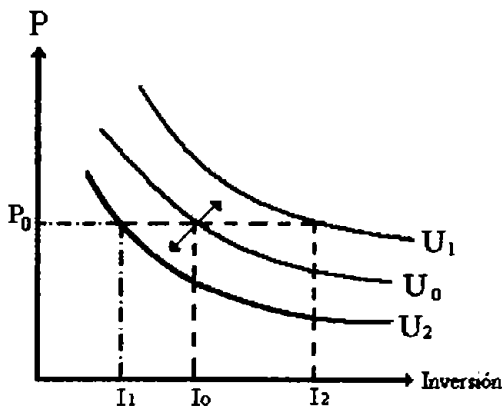
Si analizamos la tabla vemos que es la misma cantidad de cajas (el caso No.1 tiene 6 cajas adicionales de la bonificación) y el mismo precio unitario pero diferente sistema de comercializar el producto aquí nos están dando un descuento directo al precio y este nos conviene mejor que el caso No.1, veamos porque. $[(\$3,600.00 - \$2,400.00) / \$2,400.00] \times 100 = 50\% = \$1,200.00$ Si comparamos ambas tablas, en el caso No. 1 estoy pagando 30 cajas a un precio de \$100.00 cada una pagando un total de \$3,000.00, obteniendo un importe de venta de \$4,320.00 y una utilidad de \$1,320.00 que me representa el 44% y en el caso No. 2 estoy obteniendo una utilidad de \$1,200.00 pero que me representa un 50%, se deduce que se prefiere el caso No.2.

Ya se analizaron ambas tablas pero lo que nos debe quedar claro es que parte de esa utilidad es para impulsar esos productos que son los que nos mantendrán dentro del mercado. Ahora analicemos las empresas o marcas que no hacen ningún descuento ni bonificación, pero que además nos imponen los precios que a ellos les conviene, y el margen de utilidad neta oscila entre el 5%, 10% y 15%

Caso No.3 Supongamos que son tres proveedores distintos y el precio unitario es el mismo					
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Utilidad	Total a Pagar	Importe de la Venta
10 cajas	Producto (a)	\$ 100.00	5%	\$ 1000.00	\$ 1050.00
10 cajas	Producto (b)	\$ 100.00	10%	\$ 1000.00	\$ 1100.00
10 cajas	Producto(c)	\$ 100.00	15%	\$ 1000.00	\$ 1150.00
Total	30			\$ 3000.00	\$ 3,300.00

Analizando la tabla No.3 vemos que $[(\$3,300.00 - \$3,000.00) / \$3,000.00] \cdot 100 = 10\% = \$300.00 - \text{de utilidad}$

La utilidad obtenida es sumamente baja, la diferencia en estos artículos es que su frecuencia de rotación es mas alta, pero aún así no hay nivel de comparación con respecto a la utilidad requerida para la continuación del negocio, por lo tanto estos productos de baja utilidad no representan gran interés para el comerciante, como estrategia de venta no aparecen en los lugares más visibles, siempre en los lugares mas visibles del punto de venta estarán los artículos que nos dejan un mayor porcentaje de utilidad.



Fuente: Apuntes de Microeconomía del Módulo II impartido por el Profr. Rodrigo Carreaga Parkins

Analizando el modelo, el precio P_0 representa el grado de utilidad a precios constantes de las tres maneras analizadas en los casos No.1, No.2 y No.3.

La Curva U_0 me representa el caso No.1, existe una utilidad razonable y mi inversión es la adecuada, hay un desarrollo y crecimiento. La Curva U_1 representa el caso No.2 y vemos que su utilidad es la adecuada para un rápido crecimiento ya que a mayor utilidad mayor inversión y el caso No. 3 representado por la Curva U_2 vemos que la curva se desplaza a la izquierda donde la utilidad es menor y por ende la inversión también es menor.

Pero si analizamos más detenidamente el modelo vemos también que si trazamos una línea de presupuesto a cada curva nos encontramos que su pendiente no varía porque los precios no han variado por lo tanto el consumidor es indiferente ante los cambios de utilidad que permanecen en el interior de la comercialización.

3.11.- Requisitos legales.

Los únicos requisitos legales que se contemplan debido a que no hay socios, sino que es un negocio familiar (no habrá Acta Constitutiva), son aquellos que para su operatividad se requieren y que a continuación se mencionan.

- 1.-Aviso de Alta en el Sistema de Administración Tributaria (SAT).
- 2.-Aviso de Alta en la Secretaría de Salubridad y Asistencia (SSA).
- 3.-Aviso de Alta en la Secretaría de Ecología y Medio Ambiente.
- 4.-Aviso de Alta en Protección Civil. Y por último al tener todos esto aviso de alta acudir al Municipio de Naucalpan de Juárez a solicitar la autorización del Uso de Suelo para que se expida la...
- 5.- LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO.

Cumpliendo con estos requisitos ya se puede trabajar y estar dentro del mercado de la oferta y la demanda y dentro también de la economía formal, tratando de crecer para generar empleo que es la finalidad del estudio AUTOEMPLEARNOS Y GENERAR MAS EMPLEOS.

Conclusiones.

Creo que por falta de tiempo no se adentró demasiado en el desarrollo del tema analizado pero tengo el deseo (posteriormente) de continuar con el análisis de manera más profunda con respecto a estudiar las causas que nos puedan llevar a encontrar y entender que las microempresas más que tener un origen por una cuestión emprendedora, son el resultado de la profunda crisis económica y política que ha lacerado a nuestro país desde hace más de dos décadas y a la vez demostrar el porque la microempresa es una forma de buscar nuevas alternativas para lograr una mejor economía familiar ya que las microempresas se encuentran en todas las ciudades del país con la gran esperanza de lograr sacar adelante a la familia económicamente.

La microempresa tiene orígenes muy remotos y “en cuanto al propio progreso, este llena toda la historia de la humanidad”¹⁸. La gran mayoría de ellas se pueden considerar que empezaron como talleres artesanales, otras como maquiladoras y algunas se superaron pasando de micro a pequeñas y medianas empresas.

Sin embargo día con día la proliferación de microempresa (micro changarros) ha provocado una salida ventajosa para nuestros gobernantes ya que con ello se evitan la creación de empleos dándole una solución dizque benéfica para la crisis económica, porque de otra manera hubiera dado lugar a una repercusión más severa a el desempleo que conlleva a una mayor crisis social, dejando todo a el ingenio y dedicación de muchos mexicanos que les ha permitido abatir su difícil situación con la creación de las microempresas, es decir buscando la manera de auto-emplearse en la mayoría de los casos fuera de la economía formal.

18.-Arnold Heertje.-Economía y Progreso Técnico.-Primera edición en español México 1984 F. C. E. pp-7-51

En el estudio se analizaron algunas cuestiones acerca de la situación que guardan las micro-empresas en México, y sus posibilidades de interactuar en los procesos de producción, distribución y consumo en la economía de hoy en día, empresas que de alguna manera, independientemente de su actividad principal, la naturaleza o razones por lo que fue creada, siguen presentando características históricas que identifican las diferentes culturas existentes en el mundo y si nos remontamos a la historia de la humanidad desde que el hombre se vuelve sedentario surge la necesidad de organización para la producción distribución y consumo de sus satisfactores.

Desde entonces, con grandes variantes, el mundo ha observado los contrastes para constituir las economías sociales, pasando desde el comunismo primitivo hasta llegar al capitalismo actual donde encontramos diferencias abismales en lo tocante al desarrollo de las economías del mundo, pero todas ellas han tenido algo en común ya que pasaron de pequeños agricultores a grandes productores y de artesanos a la gran industria, todo ellos se le debe al acelerado desarrollo de la ciencia y la tecnología que ha sido capaz de lograr lo que estamos viviendo hoy en día que es una desigualdad entre las economías mundiales y una inequidad en las sociedades subdesarrolladas o en vías de desarrollo.

Hoy existen los grandes empresarios, pero también los medianos, pequeños y microempresarios, que se dedican a tareas cada vez más diversas a medida en que la necesidad, la ciencia, la tecnología o simplemente los impactos sociales ya sean locales, regionales, nacionales y mundiales que hacen cambiar o tomar decisiones apropiadas para seguir en el mercado de la oferta y la demanda. Hoy al igual que antes la micro, pequeñas y medianas empresas (PyMES) son complemento con las actividades productivas de las grandes empresas, es decir las PyMES, son el mayor mercado de las grandes empresas y a la vez éstas se proveen de las (PyMES), estableciendo relaciones comerciales directas e indirectas entre ellas.

Sin embargo la gran empresa tiende a someter a las PyMES minimizando sus posibilidades de desarrollo o incluso pueden llegar a tener una interdependencia que les puede beneficiar por algún tiempo (maquilándoles a las grandes empresas por ejemplo).

Se debe considerar que el funcionamiento de las microempresas siempre ha tenido (a través de la historia) un papel importante en el desarrollo económico del país sobre todo a nivel local que es donde se ubican, otras se abren espacios en economías regionales, inclusive estatales y nacionales.

En su financiamiento, por lo regular son microempresas de firma unipersonal aunque existan uno o más socios el que sea mayoritario en la aportación de los recursos será el representante de la misma, pero como se dijo anteriormente su organización es familiar en la mayoría de los casos, en el dueño o jefe de familia recae toda la responsabilidad, es decir su función es ilimitada, y la inversión está relacionada con la utilidad y la obtención de créditos en casos emergentes, créditos que el microempresario no tiene acceso en instituciones bancarias salvo excepciones o al menos que tenga bienes que hipotecar. Por lo que su financiamiento principal vendrá de parientes y amistades o los mismos proveedores, concluyendo que este último es el financiamiento más eficaz para el microempresario.

Hemos analizado brevemente el desempleo y subempleo así como un pequeño esbozo del desarrollo económico del país y nos encontramos con algunas de las etapas de crecimiento, vemos que en la década de los 40 tenemos un desarrollo con una política inflacionaria y desempleo, donde el sacrificio mayor corresponde al trabajador.

En la década de los 50 y 60 tenemos un desarrollo con una

estabilización de precios e inflación pero con un congelamiento de salarios y desempleo, por ende otra vez el más sacrificado es el trabajador.

En la década de los 70 tenemos un crecimiento, en una etapa de populismo y despilfarro de recursos con inflación, devaluación bajos salarios y desempleo.

En estas cuatro décadas 1940-1980 de desarrollo económico donde el país creció a un ritmo del 6.5% en el PIB en promedio, las diferencias de equidad son abismales, ahora ya llevamos dos décadas donde la economía mexicana ha sido convertida en laboratorio experimental del neoliberalismo, en la década de los 80 no hubo crecimiento económico pero si mucho desempleo y una inflación galopante durante todo el sexenio de (1982-1988) en la década de los 90 se logra un crecimiento pero en 1995 debido al colapso financiero el desempleo alcanza niveles históricos y el PIB alcanza niveles negativos logrando recuperarse a partir de 1996 al 2000, pero no se logra abatir el desempleo y en lo que va del nuevo milenio el desempleo ha sido la constante.

Podemos afirmar que esta variable económica que es el desempleo durante casi 64 años ha sido un lastre que los gobiernos no han podido solucionar, y, los empleos que se han generado aparte de que son insuficientes están mal pagados, el descuido a la sociedad por parte de nuestros gobernantes va más allá que el desempleo y es que tenemos una educación muy deficiente, es decir, no se le ha dado a la educación la atención adecuada, porque si analizamos los estratos sociales, por participación económica y calidad de vida, aquellos Estados, Municipios y Regiones con una escolaridad promedio baja, son los que están en condiciones más precarias.

Es por eso que ante la falta de empleos y si estamos en posibilidades de auto-emplearnos ya sea creando o adquiriendo una empresa o

negocio es la oportunidad de ser independientes, dueño de su tiempo y ser su propio jefe. Ahora bien si nos vamos a auto-emplear que sea un auto-empleo dentro de la economía formal.

Debe ser la creación de un empleo formal que obedezca a cierto número de requisitos, requisitos que para estar dentro de la formalidad hay que cumplir y quedar dentro de las normas de tipo legal impuestas por el Estado y que están bajo distintas modalidades, las cuales se adecuan a las diferentes actividades empresariales de manufactura, servicios, comercio o trabajador técnico independiente o por honorarios de lo contrario se considerará una entidad de irregular dentro de la economía subterránea.

Si la decisión es la creación de una microempresa o un pequeño negocio, debemos de ser capaces de percibir necesidades insatisfechas, idear formas de satisfacerlas y asumir el riesgo de ponerlas en práctica y resistir las adversidades que implica ese proceso, si no el negocio o empresa no prosperará. Para ello se deben tener motivaciones como es la superación personal, poner en practica experiencia y conocimientos adquiridos, querer independizarse, querer ser su propio jefe, pero esta creación se hará efectiva al momento de elaborar el plan y contar con los recursos financieros necesarios ya que estos son los recursos más difíciles y escasos de conseguir, independientemente de las dificultades posteriores que se den al inicio que por lo general son de orden personal como es la adaptabilidad, sacrificio de tiempo y recurso humano o en el peor de los casos nos metemos en algo que desconocemos o carecemos de la experiencia necesaria y no encontraremos la manera de conducir el proyecto al éxito esperado.

Anexos.

Entidad Federativa, Municipio, Grupos Quinquenales de Edad	Tasas específicas de participación económica		
	Total	Hombres	Mujeres
057 Naucalpan de Juárez	53.34	72.75	35.69
12 - 14 años	4.22	4.91	3.53
15 - 19 años	33.23	39.96	27.01
20 - 24 años	58.91	77.53	41.85
25 - 29 años	68.26	92.15	45.77
30 - 34 años	69.85	96.03	45.83
35 - 39 años	70.19	95.64	47.52
40 - 44 años	69.06	94.59	46.24
45 - 49 años	65.71	92.65	42.63
50 - 54 años	60.69	87.89	37.04
55 - 59 años	51.60	79.04	27.94
60 - 64 años	39.00	61.06	19.71
65 y más años	20.02	33.44	9.29

Fuente: INEGI - XII Censo General de Población y Vivienda 2000

ESTADÍSTICA DE LA POBLACIÓN Y SUS CARACTERÍSTICAS SOCIALES DE EDAD Y SEXO
DISTRIBUCIÓN POR GRUPOS DE DERECHABILIDAD A SERVICIOS DE SALUD

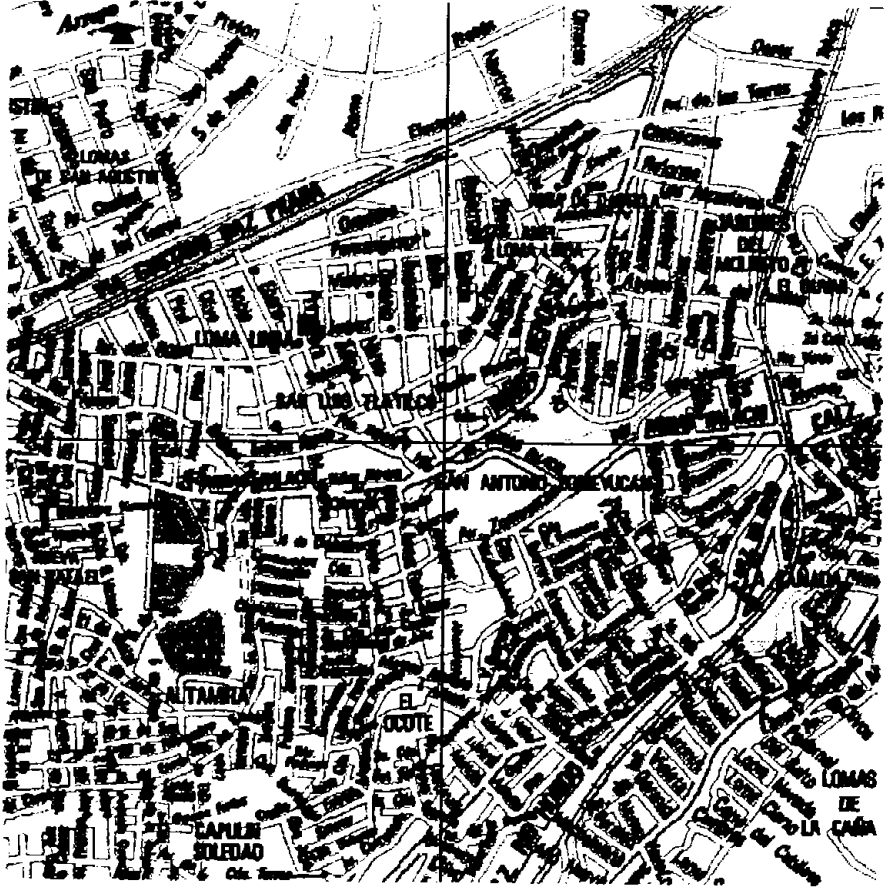
Entidad Federativa, Municipio, Sexo, Grupos Quinquenales de Edad	Población total	Distribución según condición de derechohabiente a servicios de salud						No especificado
		No derechohabiente	Derechohabiente					
			Total	En el IMSS	En el ISSSTE	En PEMEX DEFENSA o MARINA	En otra institución	
057 Naucalpan de Juárez	858,711	384,622	438,334	342,019	35,798	42,078	20,318	35,755
0 - 4 años	85,383	41,483	42,579	33,132	2,534	4,814	2,259	1,351
5 - 9 años	82,948	40,662	41,212	32,024	3,043	3,940	2,390	1,074
10 - 14 años	74,882	37,865	36,165	28,026	3,118	3,051	2,139	862
15 - 19 años	82,848	46,242	35,559	27,647	2,865	3,615	1,560	1,047
20 - 24 años	91,560	45,359	44,990	35,818	2,253	6,634	1,511	1,211
25 - 29 años	88,098	39,473	47,411	37,937	2,685	4,893	2,008	1,214
30 - 34 años	70,943	31,403	38,477	30,638	2,788	3,264	1,876	1,063
35 - 39 años	58,028	25,985	31,218	24,332	2,722	2,578	1,677	827
40 - 44 años	46,266	20,423	25,198	19,424	2,695	1,899	1,299	647
45 - 49 años	38,987	15,949	20,485	15,787	2,298	1,523	968	553
50 - 54 años	31,884	12,694	18,704	14,193	2,289	1,522	842	486
55 - 59 años	24,396	8,796	15,267	11,566	1,898	1,328	602	333
60 - 64 años	20,867	6,197	14,197	10,965	1,608	1,288	453	273
65 - 69 años	14,651	4,026	10,442	8,164	1,119	878	282	183
70 y más años	22,630	6,955	15,408	11,532	1,868	1,751	404	289
No especificado	26,640	1,140	1,028	834	65	100	30	24,372

Fuente: INEGI - XII Censo General de Población y Vivienda 2000

Anexo No 3



Anexo # 4



Anexo No.5

Población del los Estados Unidos Mexicanos			Población del Estado de México				
Edades	Total	Hombres	Mujeres	Edades	Total	Hombres	Mujeres
0 AÑOS	2 061 431	1 049 375	1 012 056	0 AÑOS	268 715	136 651	132 064
1 AÑO	2 026 317	1 032 353	993 964	1 AÑO	261 924	133 600	128 324
2 AÑOS	2 102 170	1 066 929	1 035 241	2 AÑOS	270 842	137 388	133 454
3 AÑOS	2 169 299	1 096 664	1 072 635	3 AÑOS	275 544	139 070	136 474
4 AÑOS	2 275 940	1 155 985	1 119 955	4 AÑOS	289 295	147 112	142 183
0 - 4 AÑOS	10 635 157	5 401 306	5 233 851	0 - 4 AÑOS	1 366 320	693 821	672 499
5 AÑOS	2 250 886	1 141 835	1 109 051	5 AÑOS	288 266	146 441	141 825
6 AÑOS	2 235 729	1 127 877	1 107 852	6 AÑOS	288 308	145 183	143 125
7 AÑOS	2 235 275	1 136 250	1 099 025	7 AÑOS	288 372	146 162	142 210
8 AÑOS	2 270 639	1 148 153	1 122 486	8 AÑOS	293 459	148 519	144 940
9 AÑOS	2 222 794	1 123 596	1 099 198	9 AÑOS	288 642	145 555	143 087
5 - 9 AÑOS	11 215 323	5 677 711	5 537 612	5 - 9 AÑOS	1 447 047	731 860	715 187
10 AÑOS	2 256 844	1 148 443	1 108 401	10 AÑOS	291 797	148 619	143 178
11 AÑOS	2 087 234	1 059 986	1 027 248	11 AÑOS	265 639	134 759	130 880
12 AÑOS	2 185 691	1 113 464	1 072 227	12 AÑOS	276 164	139 941	136 223
13 AÑOS	2 104 224	1 061 041	1 043 183	13 AÑOS	265 826	134 357	131 469
14 AÑOS	2 102 500	1 052 803	1 049 697	14 AÑOS	264 128	131 643	132 485
10 - 14 AÑOS	10 736 493	5 435 737	5 300 756	10 - 14 AÑOS	1 363 554	689 319	674 235
15 AÑOS	2 090 034	1 043 559	1 046 475	15 AÑOS	270 081	134 297	135 784
16 AÑOS	1 990 081	983 663	1 006 418	16 AÑOS	255 222	126 634	128 588
17 AÑOS	2 043 689	1 008 292	1 035 397	17 AÑOS	269 151	133 041	136 110
18 AÑOS	2 088 225	1 025 513	1 062 712	18 AÑOS	274 912	135 658	139 254
19 AÑOS	1 780 106	848 621	931 485	19 AÑOS	238 611	115 416	123 195
15 - 19 AÑOS	9 992 135	4 909 648	5 082 487	15 - 19 AÑOS	1 307 977	645 046	662 931
20 AÑOS	1 926 366	913 756	1 012 610	20 AÑOS	259 071	124 775	134 296
21 AÑOS	1 613 827	783 563	850 264	21 AÑOS	220 669	105 936	114 733
22 AÑOS	1 907 661	910 954	996 707	22 AÑOS	263 436	126 957	136 479
23 AÑOS	1 827 599	864 660	962 939	23 AÑOS	255 612	122 139	133 473
24 AÑOS	1 795 681	850 867	945 014	24 AÑOS	252 112	120 575	131 537
20 - 24 AÑOS	9 071 134	4 303 800	4 767 534	20 - 24 AÑOS	1 250 900	600 382	650 518
25 AÑOS	1 807 349	853 213	954 136	25 AÑOS	254 691	121 078	133 613
26 AÑOS	1 623 304	765 000	858 304	26 AÑOS	231 233	109 461	121 772
27 AÑOS	1 628 036	773 031	855 005	27 AÑOS	231 287	110 303	120 984
28 AÑOS	1 608 605	762 754	845 851	28 AÑOS	227 575	108 405	119 170
29 AÑOS	1 490 449	707 484	782 965	29 AÑOS	209 255	99 625	109 630
25 - 29 AÑOS	8 157 743	3 861 482	4 296 261	25 - 29 AÑOS	1 154 041	548 872	605 169
30 AÑOS	1 810 657	862 502	948 155	30 AÑOS	253 378	120 444	132 934
31 AÑOS	1 158 527	549 960	608 567	31 AÑOS	165 092	78 992	86 100
32 AÑOS	1 520 939	716 655	804 284	32 AÑOS	218 358	103 730	114 628
33 AÑOS	1 345 386	639 214	706 172	33 AÑOS	188 263	90 403	97 860
34 AÑOS	1 301 014	615 025	685 989	34 AÑOS	183 217	86 652	96 565

30 - 34 AÑOS	7 136 523	3 383 358	3 753 167	30 - 34 AÑOS	1 008 308	480 221	528 087
35 AÑOS	1 400 700	666 545	734 155	35 AÑOS	194 325	92 758	101 567
36 AÑOS	1 306 140	616 696	689 444	36 AÑOS	185 041	87 271	97 770
37 AÑOS	1 132 935	541 580	591 355	37 AÑOS	156 833	75 181	81 652
38 AÑOS	1 322 518	630 821	691 697	38 AÑOS	183 749	87 728	96 021
39 AÑOS	1 190 245	567 686	622 559	39 AÑOS	163 224	78 051	85 173
35 - 39 AÑOS	6 352 538	3 023 328	3 329 210	35 - 39 AÑOS	883 172	420 989	462 183
40 AÑOS	1 427 065	676 287	750 778	40 AÑOS	193 230	91 994	101 236
41 AÑOS	778 452	375 372	403 080	41 AÑOS	107 341	52 401	54 940
42 AÑOS	1 196 305	585 327	610 978	42 AÑOS	166 145	81 842	84 303
43 AÑOS	925 881	442 495	483 386	43 AÑOS	125 221	60 358	64 863
44 AÑOS	867 130	415 290	451 840	44 AÑOS	115 051	55 216	59 835
40 - 44 AÑOS	5 194 833	2 494 771	2 700 062	40 - 44 AÑOS	706 988	341 811	365 177
45 AÑOS	1 024 667	496 056	528 611	45 AÑOS	135 578	66 199	69 379
46 AÑOS	757 310	362 005	395 305	46 AÑOS	100 645	48 358	52 287
47 AÑOS	711 358	342 981	368 375	47 AÑOS	94 106	45 639	48 467
48 AÑOS	824 930	392 432	432 498	48 AÑOS	107 606	51 499	56 107
49 AÑOS	753 828	363 703	390 125	49 AÑOS	97 148	47 455	49 693
45 - 49 AÑOS	4 072 091	1 957 177	2 114 914	45 - 49 AÑOS	535 083	259 150	275 933
50 AÑOS	976 434	468 085	508 349	50 AÑOS	120 351	58 401	61 950
51 AÑOS	483 460	236 555	246 905	51 AÑOS	61 224	30 060	31 164
52 AÑOS	705 985	346 541	359 444	52 AÑOS	90 921	44 864	46 057
53 AÑOS	583 615	283 089	300 526	53 AÑOS	74 157	36 585	37 572
54 AÑOS	608 459	289 763	318 696	54 AÑOS	76 334	36 665	39 669
50 - 54 AÑOS	3 357 953	1 624 033	1 733 920	50 - 54 AÑOS	422 987	206 575	216 412
55 AÑOS	614 546	294 814	319 732	55 AÑOS	72 465	35 315	37 150
56 AÑOS	541 408	265 559	275 849	56 AÑOS	85 804	32 226	33 578
57 AÑOS	443 908	215 714	228 194	57 AÑOS	52 977	25 805	27 172
58 AÑOS	505 616	239 241	266 375	58 AÑOS	59 746	28 288	31 458
59 AÑOS	453 753	218 744	235 009	59 AÑOS	52 763	25 472	27 291
55 - 59 AÑOS	2 559 231	1 234 072	1 325 159	55 - 59 AÑOS	303 755	147 106	156 649
60 AÑOS	705 971	333 656	372 315	60 AÑOS	74 656	35 114	39 542
61 AÑOS	277 947	133 907	144 040	61 AÑOS	30 995	14 856	16 139
62 AÑOS	410 275	195 866	214 409	62 AÑOS	45 992	21 930	24 062
63 AÑOS	419 888	200 547	219 341	63 AÑOS	47 656	22 710	24 946
64 AÑOS	384 065	181 428	202 637	64 AÑOS	43 241	20 322	22 919
60 - 64 AÑOS	2 198 146	1 045 404	1 152 742	60 - 64 AÑOS	242 540	114 932	127 608
65 AÑOS	471 925	219 354	252 571	65 AÑOS	50 129	22 857	27 272
66 AÑOS	309 911	148 157	161 754	66 AÑOS	33 145	15 513	17 632
67 AÑOS	299 570	143 923	155 647	67 AÑOS	32 665	15 584	17 081
68 AÑOS	323 837	148 499	175 338	68 AÑOS	35 734	16 025	19 709
69 AÑOS	255 542	119 733	135 809	69 AÑOS	26 486	12 154	14 332
65 - 69 AÑOS	1 660 785	779 666	881 119	65 - 69 AÑOS	178 159	82 133	96 026
70 AÑOS	438 446	205 361	233 085	70 AÑOS	40 915	18 386	22 529
71 AÑOS	146 798	70 926	75 872	71 AÑOS	14 492	6 809	7 683
72 AÑOS	251 367	120 086	131 281	72 AÑOS	26 239	12 156	14 083
73 AÑOS	205 106	96 663	108 443	73 AÑOS	21 121	9 557	11 564
74 AÑOS	203 957	96 070	107 887	74 AÑOS	20 341	9 123	11 218

70 - 74 AÑOS	1 245 674	589 106	656 568	70 - 74 AÑOS	123 108	56 031	67 077
75 AÑOS	259 787	120 497	139 290	75 AÑOS	24 646	10 790	13 856
76 AÑOS	172 713	83 501	89 212	76 AÑOS	17 587	8 140	9 447
77 AÑOS	138 147	67 481	70 666	77 AÑOS	13 243	6 213	7 030
78 AÑOS	173 143	82 061	91 082	78 AÑOS	17 308	7 773	9 535
79 AÑOS	121 480	57 657	63 823	79 AÑOS	11 593	5 315	6 278
75 - 79 AÑOS	865 270	411 197	454 073	75 - 79 AÑOS	84 377	38 231	46 146
80 AÑOS	197 287	87 392	109 895	80 AÑOS	16 126	6 665	9 461
81 AÑOS	59 996	28 284	31 712	81 AÑOS	5 084	2 187	2 897
82 AÑOS	87 528	39 714	47 814	82 AÑOS	7 815	3 353	4 462
83 AÑOS	69 506	31 262	38 244	83 AÑOS	6 213	2 621	3 592
84 AÑOS	69 559	30 678	38 881	84 AÑOS	6 380	2 586	3 794
80 - 84 AÑOS	483 876	217 330	266 546	80 - 84 AÑOS	41 618	17 412	24 206
85 AÑOS	89 461	37 504	51 957	85 AÑOS	7 927	2 960	4 967
86 AÑOS	61 189	26 762	34 427	86 AÑOS	5 470	2 186	3 284
87 AÑOS	52 146	22 691	29 455	87 AÑOS	4 729	1 840	2 889
88 AÑOS	44 875	19 728	25 147	88 AÑOS	3 937	1 575	2 362
89 AÑOS	42 380	18 356	24 024	89 AÑOS	3 811	1 495	2 316
85 - 89 AÑOS	290 051	125 041	165 010	85 - 89 AÑOS	25 874	10 056	15 818
90 AÑOS	57 693	23 953	33 740	90 AÑOS	4 577	1 599	2 978
91 AÑOS	15 215	6 657	8 558	91 AÑOS	1 323	501	822
92 AÑOS	19 786	8 103	11 683	92 AÑOS	1 712	617	1 095
93 AÑOS	15 755	6 506	9 249	93 AÑOS	1 417	515	902
94 AÑOS	13 557	5 624	7 933	94 AÑOS	1 177	408	769
90 - 94 AÑOS	122 006	50 843	71 163	90 - 94 AÑOS	10 208	3 640	6 566
95 AÑOS	17 902	6 950	10 952	95 AÑOS	1 578	478	1 100
96 AÑOS	12 270	4 941	7 329	96 AÑOS	1 147	372	775
97 AÑOS	8 735	3 533	5 202	97 AÑOS	778	285	493
98 AÑOS	11 197	4 522	6 675	98 AÑOS	1 089	366	723
99 AÑOS	12 788	5 795	6 993	99 AÑOS	1 438	606	832
95 - 99 AÑOS	62 892	25 741	37 151	95 - 99 AÑOS	6 030	2 107	3 923
100 años y mas	19 757	8 029	11 728	100 años y mas	1 792	656	1 136
No especificado	2 053 801	1 033 675	1 020 126	No especificado	632 850	316 863	315 987
Total población	97 483 412	47 592 253	49 891 159	Edo. México	13 096 686	6 407 213	6 689 473
Fuente INEGI Año 200				Fuente INEGI Año 2000			
0 - 4 AÑOS	10 635 157	5 401 306	5 233 851	0 - 4 AÑOS	1 368 320	693 821	672 499
5 - 9 AÑOS	11 215 323	5 677 711	5 537 612	5 - 9 AÑOS	1 447 047	731 860	715 187
10 - 14 AÑOS	10 736 493	5 435 737	5 300 756	10 - 14 AÑOS	1 363 554	689 319	674 235
Total (1)	32 586 973	16 514 754	16 072 219	0 - 14 AÑOS	4 176 921	2 115 000	2 061 921
15 - 29 AÑOS	27 221 012	13 074 730	14 146 282	15 - 29 AÑOS	3 712 918	1 794 300	1918 618

30 - 39 AÑOS	13 489 061	6 406 684	7 082 377	30 - 39 AÑOS	1 891 480	901 210	990 270
40 - 49 AÑOS	9 266 924	4 451 948	4 814 976	40 - 49 AÑOS	1 242 071	600 961	641 110
50 - 59 AÑOS	5 917 184	2 858 105	3 059 079	50 - 59 AÑOS	726 742	353 681	373 061
60 - 69 AÑOS	3 858 931	1 825 070	2 033 861	60 - 69 AÑOS	420 699	197 065	223 634
Total (2)	59 753 112	28 616 537	31 136 575	15 - 69 AÑOS	7 993 910	3847 217	4 146 693
70 - 74 AÑOS	1 245 674	589 106	656 568	70 - 74 AÑOS	123 108	56 031	67 077
75 - 79 AÑOS	865 270	411 197	454 073	75 - 79 AÑOS	84 377	38 231	46 146
80 - 84 AÑOS	483 876	217 330	266 546	80 - 84 AÑOS	41 818	17 412	24 206
85 - 89 AÑOS	290 051	125 041	165 010	85 - 89 AÑOS	25 874	10 056	15 818
90 - 94 AÑOS	122 006	50 843	71 163	90 - 94 AÑOS	10 206	3 640	6 566
95 - 99 AÑOS	62 892	25 741	37 151	95 - 99 AÑOS	6 030	2 107	3 923
100 años y mas	19 757	8 029	11 728	100 años y mas	1 792	656	1 136
No especificado	2 053 801	1 033 675	1 020 126	No especificado	632 850	316 863	315 987
Total (3)	5 143 327	2 460 962	2 682 365		925 855	444 996	480 859
Gran Total	97 483 412	47 592 253	49 891 159	Edo. México	13 096 686	6 407 213	6 689 473
Total 1	32586973	16514754	16072219	Total 1	4176921	2115000	2061921
Total 2	59753112	28616537	31136575	Total 2	7993910	4029217	4146693
Total 3	5143327	2460962	2682365	Total 3	925855	444996	480859
Gran total	97483412	47592253	49891159	Gran total	13096686	6589213	6689473

ESTADÍSTICA DE LA POBLACION Y SU DISTRIBUCION POR SEXO Y GRUPOS QUINQUENALES DE EDAD

Entidad Federativa, Municipio, Grupos Quinquenales de Edad, Edad	Población total	Distribución según sexo	
		Hombres	Mujeres
057 Naucalpan de Juárez	858,711	416,041	442,670
0 - 4 años	85,383	43,700	41,683
0 años	17,661	9,040	8,621
1 año	16,710	8,614	8,096
2 años	16,847	8,605	8,242
3 años	17,079	8,638	8,441
4 años	17,066	8,603	8,283
5 - 9 años	82,948	41,773	41,175
5 años	17,018	8,589	8,429
6 años	16,789	8,500	8,269
7 años	16,621	8,288	8,233
8 años	16,419	8,240	8,179
9 años	16,221	8,156	8,065
10 - 14 años	74,882	37,734	37,148
10 años	16,299	8,299	8,000
11 años	14,918	7,658	7,260
12 años	14,974	7,682	7,382
13 años	14,350	7,252	7,098
14 años	14,341	6,933	7,408
15 - 19 años	82,848	39,802	43,046
15 años	15,680	7,631	8,049
16 años	15,574	7,462	8,112
17 años	18,688	8,008	8,679
18 años	18,483	8,920	9,563
19 años	16,423	7,780	8,643
20 - 24 años	91,660	43,770	47,890
20 años	18,165	8,648	9,517
21 años	16,058	7,669	8,389
22 años	19,259	9,246	10,013
23 años	18,967	9,074	9,893
24 años	19,111	9,133	9,978
25 - 29 años	88,098	42,733	45,365
25 años	19,565	9,472	10,093
26 años	17,586	8,373	9,213
27 años	17,642	8,620	9,022
28 años	17,656	8,659	8,997
29 años	15,649	7,609	8,040
30 - 34 años	70,943	34,571	36,372
30 años	18,814	9,089	9,725
31 años	11,740	5,752	5,988
32 años	15,426	7,499	7,927
33 años	12,806	6,345	6,461
34 años	12,157	5,886	6,271
35 - 39 años	58,028	27,338	30,690
35 años	13,199	6,285	6,914
36 años	12,096	5,735	6,361
37 años	10,287	4,884	5,383
38 años	12,026	5,548	6,478
39 años	10,440	4,886	5,554
40 - 44 años	46,266	21,836	24,430
40 años	12,612	5,983	6,629

41 años	7,010	3,318	3,694
42 años	10,966	5,188	5,778
43 años	8,187	3,819	4,368
44 años	7,491	3,530	3,961
45 - 49 años	36,967	17,107	19,880
45 años	9,196	4,326	4,868
46 años	6,851	3,183	3,668
47 años	6,589	3,050	3,539
48 años	7,601	3,388	4,113
49 años	6,850	3,158	3,692
50 - 54 años	31,884	14,827	17,057
50 años	8,878	4,160	4,716
51 años	4,765	2,242	2,623
52 años	6,807	3,160	3,647
53 años	5,743	2,707	3,036
54 años	5,693	2,668	3,135
55 - 59 años	24,396	11,295	13,101
55 años	5,838	2,676	2,962
56 años	5,091	2,345	2,746
57 años	4,429	2,073	2,356
58 años	4,890	2,203	2,687
59 años	4,348	1,988	2,360
60 - 64 años	20,667	9,842	11,025
60 años	8,011	2,753	3,258
61 años	2,968	1,362	1,606
62 años	4,082	1,931	2,161
63 años	4,002	1,907	2,095
64 años	3,594	1,689	1,905
65 - 69 años	14,651	6,842	7,809
65 años	4,091	1,843	2,248
66 años	2,801	1,324	1,477
67 años	2,746	1,360	1,366
68 años	2,746	1,241	1,505
69 años	2,267	1,054	1,213
70 - 74 años	9,939	4,614	5,325
70 años	3,139	1,424	1,715
71 años	1,384	646	738
72 años	2,166	1,029	1,137
73 años	1,691	795	896
74 años	1,559	720	839
75 - 79 años	6,316	2,797	3,519
75 años	1,781	767	1,014
76 años	1,349	616	733
77 años	1,065	479	586
78 años	1,227	534	693
79 años	894	401	493
80 - 84 años	3,290	1,279	2,011
80 años	1,162	475	687
81 años	443	175	268
82 años	643	262	381
83 años	533	199	334
84 años	509	188	341
85 - 89 años	1,905	671	1,234
85 años	568	203	365
86 años	431	150	281
87 años	358	127	231
88 años	263	102	161
89 años	285	89	196
90 - 94 años	729	231	498

90 años	320	105	215
91 años	123	42	81
92 años	110	29	81
93 años	90	27	63
94 años	86	28	58
95 - 99 años	365	109	256
95 años	94	18	76
96 años	69	24	45
97 años	43	13	30
98 años	49	11	38
99 años	110	43	67
100 y más años	86	31	55
No especificado	26,540	13,339	13,201

Fuente: INEGI - XII Censo General de Población y Vivienda 2000

Anexo No. 7

1. VIVIENDAS HABITADAS Y SUS OCUPANTES POR MUNICIPIO, TIPO Y CLASE DE VIVIENDA PARTICULAR

Entidad Federativa, Municipio, Tipo de Vivienda, Clase de Vivienda	Viviendas habitadas	Ocupantes
057 Naucalpan de Juárez	205,138	858,711
Vivienda particular	205,098	858,436
Casa independiente	137,115	588,310
Departamento en edificio	11,920	40,569
Vivienda en vecindad	41,849	161,741
Cuarto de azóteas	520	1,848
Local no construido para habitación	160	594
Vivienda móvil	28	106
Refugio	20	68
No especificado	13,486	55,201
Vivienda colectiva	42	2,276
Fuente: INEGI - XI Censo General de Población y Vivienda 2000		

MUNICIPIO DE NAUCALPAN DE JUAREZ, ESTADO DE MEXICO

EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAL CON LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO EN EL 2001*

GIRO	NUMERO
Alimentos	387
Metal mecánica	193
Textil	166
Madera	146
Manufacturera	105
Impresión	75
Plásticos	71
Refacciones Industriales	68
Químico y Farmacéutico	66
Varios	48
Eléctrico y electrónico	39
Maquinaria	31
Comercio	15
Construcción	5
Minería	3
TOTAL	1,418

Fuente: Subdirección de Normatividad Comercial, H. Ayuntamiento de Naucalpan, 2000-2003
 *Clasificación realizada por la Dirección General de Desarrollo y Fomento Económico.

MUNICIPIO DE NAUCALPAN DE JUAREZ, ESTADO DE MEXICO

EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS CON LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO, 2001.

Anexo # 9	
CIRO	NÚMERO
Alimentos y bebidas preparados	652
Clinicas y consultorios médicos	567
Taller de mantenimiento automotriz	445
Estética, Sala de belleza	413
Oficinas Administrativas	375
Colegios, Escuelas, Academias	273
Bodegas, almacenadora	219
Reparación de aparatos eléctricos	132
Tintorería y Planchaduría	124
Banca Múltiple	88
Taller de costura y sastrería	82
Arrendadora financiera y serv. de admón. de inmuebles	79
Agencia de viajes	70
Despachos de actividades profesionales	61
Reparación de calzado	61
Vulcanizadora	56
Salón de fiestas	54
Video Club	43
Escritorio Público	34
Ópticas	34
Cerrajería	28
Laboratorios médicos	28
Billares y Boliches	27
Gimnasios	19
Plomería	15
Taller de bicicletas	15
Gasolneras	14
Cantina y Pulquería	13
Centros de Copiado	12
Agencia Postales y mensajería	10
Agencia Funeraria	8
Baños Públicos	8
Complejo Cinematográfico	8
Casa de huésped	5
Hotel	5
Centros de Verificación Ambiental	4
TOTAL	4,084

Fuente: Subdirección de Normatividad Comercial. H. Ayuntamiento de Naucalpan, 2000-2003.

MUNICIPIO DE NAUCALPAN DE JUAREZ, ESTADO DE MEXICO

EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIAL CON LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO, 2001.

Anexo # 10	
GIRO	NUMERO
Abarrotes, comercio minorista	1,537
Bazar Lomas Verdes	432
Papelería	384
Tlapalería y Ferretería	223
Refacciones automotrices	209
Boutique, venta de prendas de vestir	198
Farmacías	190
Regalos y novedades	117
Recaudería	106
Carnicería y Obrador	97
Pollería	90
Paletería y Helados	77
Artículos y estudios fotográficos	71
Materiales de construcción	62
Vidriería	58
Expendios de pintura	55
Zapatería	56
Dulcería	44
Tiendas de autoservicio	43
Joyería	35
Venta aparatos eléctricos y de cómputo	37
Comercialización de desperdicios industriales	33
Materiales eléctricos	26
Artículos deportivos	25
Artículos de belleza	17
Tiendas naturistas	15
Artículos para fiesta	12
Viveros y Jardinería	9
Comercialización de telecomunicaciones	7
Expendios de lotería	6
Vinatería mayorista	5
TOTAL	4,276

Fuente: Subdirección de Normatividad Comercial, H. Ayuntamiento de Naucalpan, 2000-2003

Población económicamente activa según sexo, 1991-2004

Año	Total	Hombres	Mujeres
1991	31 229 048	21 630 013	9 599 035
1993	33 651 812	23 243 468	10 408 348
1995	36 186 641	24 347 607	11 848 034
1996	36 831 734	24 814 965	12 016 769
1997	38 584 394	25 394 098	13 190 296
1998	39 562 404	26 146 569	13 415 835
1999	39 648 333	26 295 840	13 352 493
2000	40 161 543	26 418 355	13 743 188
2001	40 072 856	26 416 550	13 657 306
2002	41 065 736	26 888 135	14 197 601
2003	41 515 672	27 277 029	14 238 643
2004	43 396 755	28 013 539	15 385 216

NOTA: Información sólo del segundo trimestre de cada año Encuesta (Estadísticas por proyecto).

FUENTE: INEGI-STPS. Encuesta Nacional de Empleo.

Población desocupada según sexo, 1991-2004

Año	Total	Hombres	Mujeres
1991	694 965	373 100	321 865
1993	819 132	495 429	323 703
1995	1 773 439	1 147 892	625 547
1996	1 362 681	863 774	498 907
1997	1 010 668	558 983	451 685
1998	903 642	526 188	377 454
1999	694 996	395 430	299 566
2000	669 388	407 115	252 273
2001	687 351	422 778	264 575
2002	783 742	504 977	278 765
2003	882 475	560 356	322 119
2004	1 082 682	656 463	436 229

NOTA: información sólo del segundo trimestre de cada año Encuesta (Estadísticas por proyecto).

FUENTE: INEGI-STPS. Encuesta Nacional de Empleo.

POBLACIÓN OCUPADA POR (OCUPACIÓN PRINCIPAL)

Entidad Federativa, Ocupación Principal	Población ocupada	Distribución según situación en el trabajo					
		Empleados y obreros	Jornaleros y peones	Patrones	Trabajadores por su cuenta	Trabajadores familiares sin pago	No especificado
Estados Unidos Mexicanos	33,730,210	20,423,018	2,654,389	854,166	7,370,245	1,368,018	1,060,374
Profesionistas	1,279,341	906,734	1,479	67,792	274,569	4,936	23,831
Técnicos	1,055,219	871,330	4,775	16,471	133,649	8,477	20,517
Trabajadores de la educación	1,320,145	1,233,715	1,572	7,019	46,790	2,050	28,999
Trabajadores del arte	270,201	154,520	1,295	10,266	96,489	1,819	5,812
Funcionarios y directivos	762,680	629,941	1,683	138,771	64,080	5,495	12,750
Trabajadores agropecuarios	5,225,737	498,373	1,783,197	81,622	1,948,246	767,705	166,694
Inspectores y supervisores en la industria	555,242	483,970	1,793	30,513	29,126	1,250	8,590
Artisanos y obreros	5,425,480	3,132,168	348,505	144,359	1,592,513	92,451	115,484
Operadores de maquinaria fija	1,830,996	1,758,000	13,141	6,318	17,015	1,348	35,174
Ayudantes, peones y similares	1,475,647	991,090	346,813	2,968	49,686	53,306	31,966
Operadores de transporte	1,810,891	1,208,779	36,048	25,691	304,715	6,476	31,162
Jefes y supervisores administrativos	790,618	729,770	1,146	25,377	19,382	2,150	12,793
Oficinistas	2,227,885	2,117,856	4,954	10,340	32,033	16,473	46,229
Comerciantes y dependientes	4,218,772	1,854,514	21,204	214,616	1,637,494	281,847	109,097
Trabajadores ambulantes	770,240	148,695	7,423	13,742	543,295	33,027	24,068
Trabajadores en servicios personales	1,941,055	1,419,930	41,732	46,789	347,214	40,700	44,690
Trabajadores domésticos	1,448,692	1,166,047	30,394	2,063	189,584	28,754	41,850
Trabajadores en protección y vigilancia	803,786	756,572	11,077	3,195	9,682	2,672	20,588

BIBLIOGRAFIA.

- *Biblioteca de Administración Pequeña y Mediana Empresa (1982)*- Vol. I
Mc Graw-Hill
- Las decisiones del consumidor (1974)*-Colección Demos.- Biblioteca de Ciencias Económicas. Ed. Trillas
- Alderson, Wroe (1971). *El Hombre Motivaciones y Mercados*. México Herrero Hermanos, Sucs. S. A.
- Arnold Heertje (1984).- *Economía y Progreso Técnico*.- Primera edición en español México.- F. C. E.
- Ayala Espino José (2001).-*Estado y desarrollo la formación de la economía mixta mexicana en el siglo XX*, Fac. de Economía UNAM.
- Calva José Luis (2003).-*La economía mexicana en perspectiva* Fac. de Economía UNAM.
- Ferguson C. E. Y J. P. Gould (1980).- *Teoría microeconómica*, Tercera Reimpresión México. Fondo de Cultura Económica.
- Kaoru Ishikawa (1992).- *¿Qué es el control de calidad?* .-Ed. Norma 5^a Reimpresión, Colombia.
- Edward T Dowling (1982). *Matemáticas para Economistas*. McGraw-Hill. México.
- Kalecki, Michal (1977). *Teoría de la Dinámica Económica*. Segunda Reimpresión México. Fondo de Cultura Económica.
- Magee, John F (1969). *Sistema de distribución*, Argentina McGraw-Hill
- Ross/Wuesterfields/Jafe (1993).-*Introducción a las Finanzas Corporativas*.-Tercera Edición, de S. A.
- Rover W. Frey (1991).-*Estrategias Básicas de mercadotecnia*.-Ed.Trillas 1^a Reimpresión, México.

HEMEROGRAFIA

- Diario Oficial de la federación* del 30 de marzo de 1999.
- Diez, Patricia Bonilla de(1996).- “*El emprendedor que México necesita*”
Revista Emprendedores. Facultad de Contaduría y Administración.
UNAM. No. 37 Enero-Febrero.
- Secretaría de Economía (2002). *Mercadotecnia*, Capacitación
Genérica en establecimientos.
- Secretaría de Economía (2002). *Análisis de la Competencia*.
Capacitación Genérica en Establecimientos
- Secretaría de Economía (2002)..- *Contabilidad* Capacitación
Genérica en Establecimientos.

CIVERGRAFIA

- Archivo Histórico de localidades*.- www.inegi.gob.mx
- Censos Económicos 1999*<http://www.siem.gob.mx>
- *Censo General de Población y Vivienda*. -www.inegi.gob.mx
- *Encuesta Nacional de Empleo. Población ocupada según sexo, 1993-2004*.-
www.inegi.gob.mx
- Enciclopedia en línea de naucalpan*.- www.naucalpan.gob.mx
- Estratos Sociales por participación económica y calidad de vida*.
www.inegi.gob.mx
- Enciclopedia encarta 1999-2000* C.D.
- *Tasa Específica de participación Económica* .www.inegi.gob.mx
- *oficina comercial para América del sur*. www.economia.gob.mx
- www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/mexico
- www.guiaroji.aol.com.mx