

DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIO CON METODOLOGÍA NAFIN PARA UNA MICROEMPRESA DE GIRO COMERCIAL.

**Por: Mtra. Imelda L. Vázquez Jiménez, Dr. Roberto Celaya Figueroa,¹
LEF Hernán Domínguez Leyva.²**

El plan de negocio requiere de información totalmente verdadera, ya que es fundamental demostrar en que nos estamos basando para el desarrollo de objetivos dentro de cualquier organización. Cualquier plan de negocios, esta constituido por una serie de aspectos en los que es primordial obtener hechos históricos, actuales y la realización de proyecciones que nos ayuden a tratar de explicar, que es lo que puede suceder ante diversas circunstancias para el tratamiento de los aspectos financieros y administrativos.

Por ello se demuestra la forma en que esta constituida la empresa, en cuanto a sus ingresos, sus gastos, su capital y sus deudas, es decir, todo aquello que forma la base de la empresa. Es por ello que se presenta un análisis detallado de estas variables, con el objetivo de explicar al empresario el rumbo que ha tomado la empresa durante cierto período de tiempo, dentro del cual comprende un análisis completo de sus clientes, sus proveedores, su competencia, etc., todo aquello que este directamente relacionado con las operaciones reales de la organización.

Es por ello que estas variables deben estar estudiadas, para saber en que estado nos encontramos, que variables nos afectan y que nos puede beneficiar al actuar de cierta manera.

Para lo anterior se muestra una serie de indicaciones que son recomendadas para que la persona tome la mejor decisión que le convenga, con ello implica tomar en cuenta que es lo que queremos lograr para un futuro. Es decir, decidir el rumbo de la empresa, expectativas de crecimiento, generación de mayores ganancias en cada mes o año según se requiera.

Se pretende formar un criterio suave para el empresario, en donde se comprenda la importancia de una planeación, una organización y un control de cada producto que se maneje, así como cada una de las actividades que se requieren para estar en constante mejora.

¹ Profesores investigadores del Depto. de Contaduría y Finanzas, Itson.

² Egresado del programa de Licenciado en Economía y Finanzas, Itson. Materia de Práctica Profesional II

Con las presentes indicaciones o recomendaciones, se busca que la decisión sea en base a lo que se puede lograr, a lo que se tiene y a lo que realmente se espera generar para beneficio propio y de la misma empresa. Muy importante será dar una lectura al presente informe, no dejarlo en el olvido y siempre estar pendiente de las condiciones de mejora que se puedan desarrollar y con ello alcanzar cada uno de los objetivos planteados al inicio, transcurso y futuro de su empresa.

DESCRIPCION IDEA DE NEGOCIO.

HISTORIA:

Las labores arduas de permanencia de cualquier ser humano, conllevan a la apertura de nuevas oportunidades de crecimiento, tanto económico como social, donde el espíritu empresarial juega un papel fundamental en el éxito de los negocios, tal es el caso de Papelería, Mercería y Regalos, donde la visión de éxito de Sra. Muñoz, descubrió una oportunidad de negocio en la colonia Valle Verde, todo ello debido a la falta de servicios de este tipo y al gusto propio de esta empresaria.

Fue en el año de 1999 durante el mes de diciembre inicio operaciones con un capital de trabajo de \$500 pesos, con el cual inicio en la compra de papelería y regalos principalmente, en un local de su propiedad de 20 x 20 metros, el cual era suficiente para atender a sus principales clientes. Inició con una copiadora, pues al principio principalmente sacaban copias y era su mayor venta, en la actualidad sigue permaneciendo su venta en copias. Aunado a su capital de trabajo la empresa cuenta con capital familiar, ya que su esposo quien es agente de ventas fue y ha sido de mucha ayuda en el éxito obtenido. Además para darse a conocer de inicio repartió volantes por las calles, indicando la ubicación y los principales artículos que estaban en venta. Este hecho fue fundamental y desde entonces permanece en el mercado de manera exitosa.

Tuvo que pasar un año para incursionar nuevos productos a la empresa, artículos como cosméticos, mercería, ropa para niño, para dama, mas regalos, artículos para el hogar y salud personal, etc., entre otros. Todo ello debido al buen éxito y a las ganas de salir adelante, además se baso en meter cosas nuevas y que fuesen fáciles de adquirir sin tener que acudir al centro de la ciudad, donde normalmente se consigue todo tipo de artículo requerido.

En el año del 2002, decidió ampliar su local, con el objetivo de tener más mercancía, de igual manera basándose en las ganancias obtenidas y con el patrimonio familiar. Desde ese año ha continuado creciendo y adquiriendo mayores cosas, pero en marzo de este año 2007, recibió un crédito de \$35000 por parte de PROVAY, que es una institución financiera dedicada a apoyar a las micro finanzas, a empresarios de bajos recursos pero con ganas de trabajar.

Tomando este capital la empresa aumento su número de artículos y ha desarrollado mayor cantidad de flujo en su efectivo.

Actualmente la empresa no posee una misión, visión y objetivos bien establecidos, sin embargo dentro de su historia y sus ideales, estos puntos pueden ser realizados para tener una mejor organización y mayor idea de negocio.

La dirección desde sus inicios ha estado conformada por la atención personal de su propietaria, además con la ayuda de sus hijos y esposo, han logrado mantener la empresa bien posicionada y creciendo de mejor manera. El principal conductor del negocio esta dado principalmente por el mercado, ya que debido a la existencia de competidores en otras zonas, el producto no es tan importante, lo que importa es la zona de venta y los clientes acaparados.

IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD:

El gusto propio por el ramo en papelería, mercería y regalos, es una situación determinante para actuar, además de la escasez de papelerías en la colonia Valle Verde y de las existentes, estaban muy poco surtidas. A partir de ahí la actitud visionaria encamina al desarrollo del negocio.

Descripción de Productos:

La empresa realiza la venta de una gran variedad de productos que son realmente demandados. En papelería posee hojas blancas y a color, lápices, plumas, cuadernos, borradores, fomys, mapas, rotafolios, cartulinas, tijeras, cintas, etc., todo lo que incluye la papelería. En mercería se puede encontrar botones, listones, hilos, agujas, moños, mochilas, entre otros. En regalo cualquier artículo que desee ser obsequiado, tarjetas, papel para regalo, cajas de regalo, etc. También se puede encontrar ropa para niño y dama, productos de aseo personal como gel, papel sanitario entre otros.

NICHOS DE MERCADO DESEADOS

La situación actual del mercado es muy favorecedor, ya que la competencia es muy poca, lo mas cercano es un cyber que a veces tiene artículos de papelería, sin embargo hay otras pero muy lejanas. La empresa esta un poco escondida, sin embargo es muy conocida por las personas que habitan ahí. La existencia de una escuela primaria es muy favorecedora, además de un preescolar que esta ahí cerca, cuenta también con las personas que ahí habitan, ya que consume gran variedad de artículos en el ramo de mercería.

De acorde con estas características los clientes se sienten satisfechos por la abundancia de productos dentro de la papelería, lo que se busca se encuentra y siempre esta al alcance de la necesidad. Sus clientes responden de manera responsable y si encargan algún producto en especial lo recogen.

Dentro de la colonia existe un gran mercado por explotar, ya que a dos calles al noroeste de la empresa, se encuentra una escuela primaria, y 2 calles mas se encuentra una primaria más y un preescolar. De estas instituciones acuden maestros y alumnos respectivamente, solicitando principalmente el servicio de copias, además es fuente de atracción para nuevos clientes por estos clientes debido al buen servicio que se le brinda.

Ventas y mercadeo:

El éxito en las ventas, la empresa se ha desarrollado principalmente porque tiene precios bajos, es decir, los precios de venta son los que están de acorde al mercado. El beneficio al cliente se da debido a que los precios bajos son satisfactorios, y lo que busca es encontrado, situación lograda por el abastecimiento de productos, es decir, siempre esta surtido y lo que no se encuentra es traído de manera inmediata para servir al cliente en lo mejor que se pueda. Además la situación de los precios para el cliente resulta lo mismo ir a Casa Kimoto que acudir a papelería, mercería y regalos.

Se realizan promociones en el área de regalos, tal es el caso de la envoltura, ya que al adquirir un regalo, la envoltura es sin costo para el cliente, adema es accesible en los pagos de los clientes.

La identificación de los clientes se da en todos los niveles, estudiantes, niños, jóvenes, señoras y señores, adultos y todo tipo de personas. Profesionistas maestros, licenciados, ingenieros etc. Todos ellos acuden ahí porque comúnmente encuentran lo que buscan. Ha sido muy importante la permanencia, ya que es muy conocida y siempre esta a disposición del público.

Requisitos de Operación

Los requisitos legales que debe cumplir es el pago ante hacienda, ya que desde que inicio el negocio paga una cuota de \$50 pesos mensuales, no esta registrada en la secretaria de economía y en las facturas de sus proveedores pide como nota de venta, excepto a casa Ayala quien si emite factura para su Servicio. Con este hecho no paga el IVA correspondiente que requiere hacienda por el apoyo a micro empresas.

La contratación de personal no existe ya que es familiar y la atención es entre los miembros de la familia, sus hijos son los ayudantes y ella manifiesta que no requiere contratar personal, pues con ellos se basta. El local es de su propiedad y siempre lo mantiene limpio y con muy buena presentación interior y exterior.

COBERTURA TERRITORIAL

La posición de la empresa dentro de la colonia Valle Verde, esta un poco escondida, ya que a partir de la calle principal en las 2 primeras calles al este esta a 3 calles. Su punto de ventas esta a 3 calles a la redonda, ya que la colonia no es muy grande. En estas 3 calles acuden la mayor parte de los clientes, sin embargo también llegan de calles más lejanas, así como de otras colonias, como villas del trigo y misión san Xavier y otras colonias que están alrededor, pero se manifiesta que estos clientes acuden en menor proporción.

Dentro de la misma colonia existen 3 papelerías mas, sin embargo estas son mas pequeñas que Papelería, Mercería y Regalos, existen dos Cyber papelería, pero no son suficientemente fuertes para competir con la empresa. Las papelerías de otras colonias se encuentran en la misma situación que las de la Valle Verde, razón por la cual trae mas clientes de otras colonias.

De lo anterior se desprende que del total de los clientes que acuden a la semana a la papelería el 60% son de la misma colonia, y el restante para las colonias que están alrededor. Del 60% de la colonia, el 80 % pertenece a 3 calles a la redonda, en la que la mayoría de la población esta conformado por niños y jóvenes que estudian en primaria y secundaria, suponiendo que estas conforman el 50% de la población y resto por adultos y ancianos. Esta información es estimada en este sentido, debido a un recorrido hecho por la colonia donde se encontró este tipo de características.

Por lo anterior el estudio de la población abarca en su totalidad de la colonia, ya que con datos del Municipio de Cajeme dentro de su anuario 2005, se encuentra que existe una población total de 6050 habitantes para este año, y se estima que para este 2007 se encuentra en 6171 habitantes de acuerdo con el ritmo de crecimiento del municipio con 1% por año. Además del total de esta población se tiene que existen 1358 casas habitadas, en donde las personas mas representativas de la colonia en cuanto a numero se refiere se da que de 0 a 14 años hay un

total de 2538, de 6 a 14 años hay un total de 1419 y de 15 a 69 1587 personas y otras mas que están en otros parámetros.

Además en información sobre empresas existentes en cuanto a papelerías dentro de la ciudad, se tiene que existen en total 422 empresas, con un personal ocupado de 1064 empleados, y en remuneración en miles de pesos se tiene un total \$12,101 pesos. Para ello se tomaron datos de igual manera del H. Ayuntamiento de Cajeme.

INVESTIGACION DE MERCADO

Tomados los datos de la cobertura territorial en cuanto al número de población de la colonia, se realizaron 51 encuestas para conocer más a fondo la opinión del cliente. La encuesta se aplicó en tres calles a la redonda de la empresa, ubicación dada como el principal mercado que abarca dentro de sus operaciones y principales clientes que se abastecen de ella.

Mediante el recorrido por las calles se lograron encontrar buenos y malos aspectos que a continuación se detallan.

Una vez que se realizó el estudio de mercado de la empresa, se logró encontrar grandes avances en el ramo de atención para el cliente, ya que mediante la encuesta directa con el cliente se pudo observar además de los resultados de la encuesta, la actitud presentada y la disponibilidad para responder dichos cuestionamientos. La gran mayoría de los clientes mostraban satisfacción por el establecimiento, ya que opinan que es muy viable tenerla cerca de sus casas que tener que acudir al centro de la ciudad. Este es un punto muy fuerte para la empresa, ya que por la cercanía con el cliente, es posible atenderlo de mejor manera. El servicio al cliente abundó en las encuestas, lo que significa que el 80% de las personas encuestadas están conformes con el servicio recibido. En cuanto a los productos y precios manejados, se encontró que los clientes desean tener más artículos a la vista y que los precios

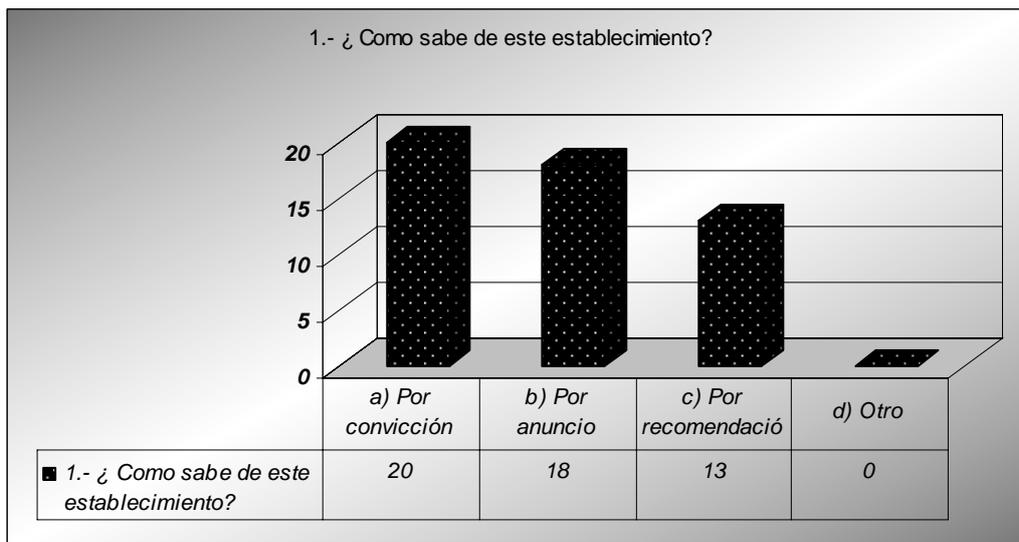
están bien, ya que manifiesta que resulta cómodo y accesible sin tener que comprar en el centro de la ciudad.

Dentro de los malos aspectos encontrados es que en temporada de lluvias se dificulta el acceso a la empresa, ya que las calles no están pavimentadas, por lo tanto no es posible salir de las casas por el lodo que se acumula. Un 20% de la población no esta de acuerdo con los precios, sin embargo indica que por estar cerca es accesible.

ENCUESTA APLICADA AL CLIENTE QUE VISITA EL ESTABLECIMIENTO

1.- ¿Como se enteró de este establecimiento?

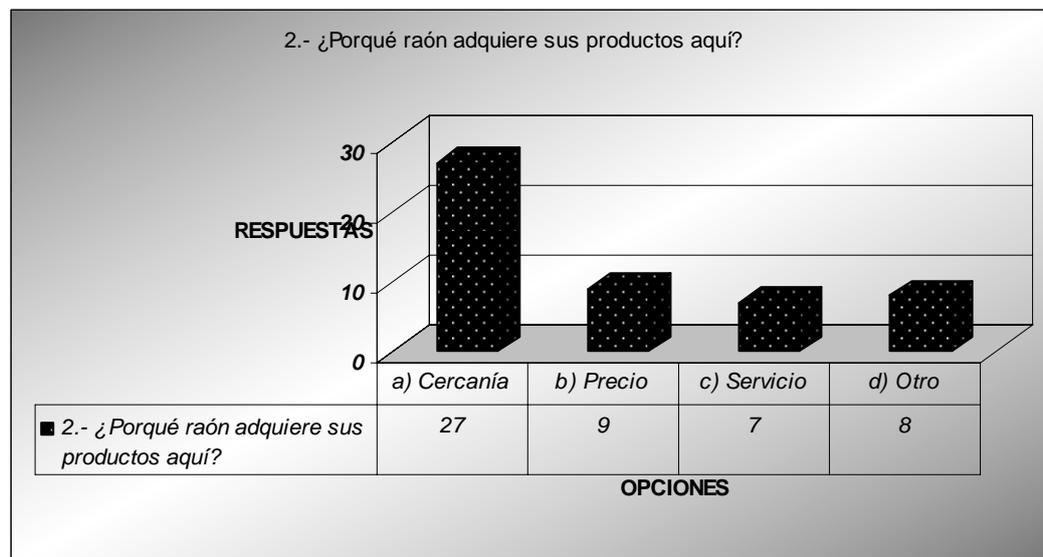
a) Por asistencia propia	20
b) Por anuncio	18
c) Por recomendación	13
d) Otro	0



Mediante la investigación de mercado realizado a un total de 51 clientes, dentro de esta pregunta que se le hizo a cada uno de ellos. Se obtuvo que la mayoría de ellos se enteraron por convicción propia, es decir, ellos mismos se dieron cuenta del establecimiento y por la misma situación empezaron a acudir a ello, sin embargo existieron aquellos que vieron el anuncio y a quienes se la recomendaron, es decir para sus inicios faltó más publicidad y promoción para darlo a conocer a la mayoría de los clientes.

2.- ¿Porqué razón adquiere sus productos aquí?

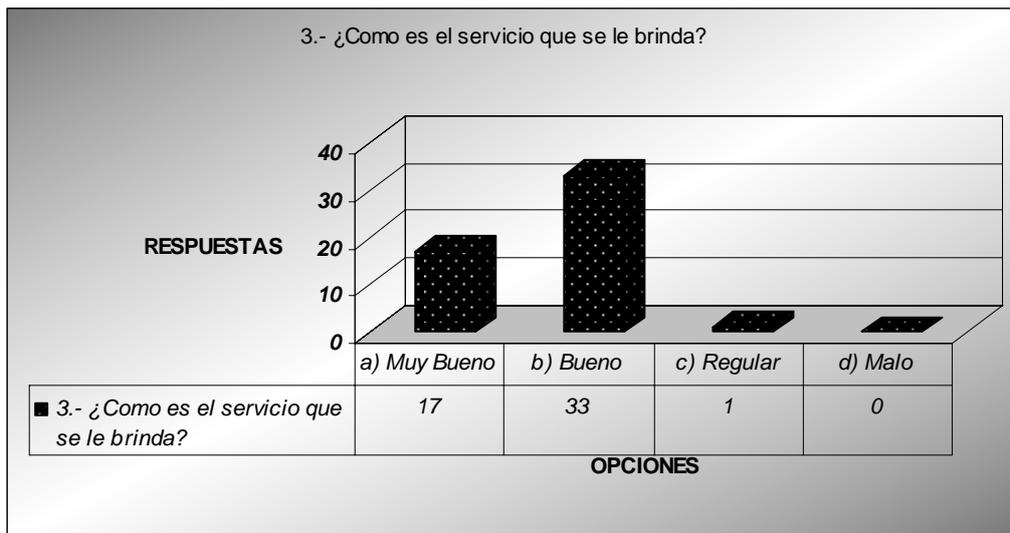
- a) Cercanía 27
- b) Precio 9
- c) Servicio 7
- d) Otro 8



La razón por la que principalmente las personas acuden a comprar a la papelería, es porque se esta muy cerca de los clientes, es decir, del mercado, situación que se repite en la mayoría de las veces, sin embargo el precio y el servicio son importantes, porque algunos mencionan que es como si fueran a comprar al centro de la ciudad, además otros indican que su propietaria es muy amable y siempre son muy bien atendidos. Dentro del rubro de otros se coincidió que por ser la única dentro de la colonia, se optaba por comprar en esta papelería.

3.- ¿Como es el servicio que se le brinda?

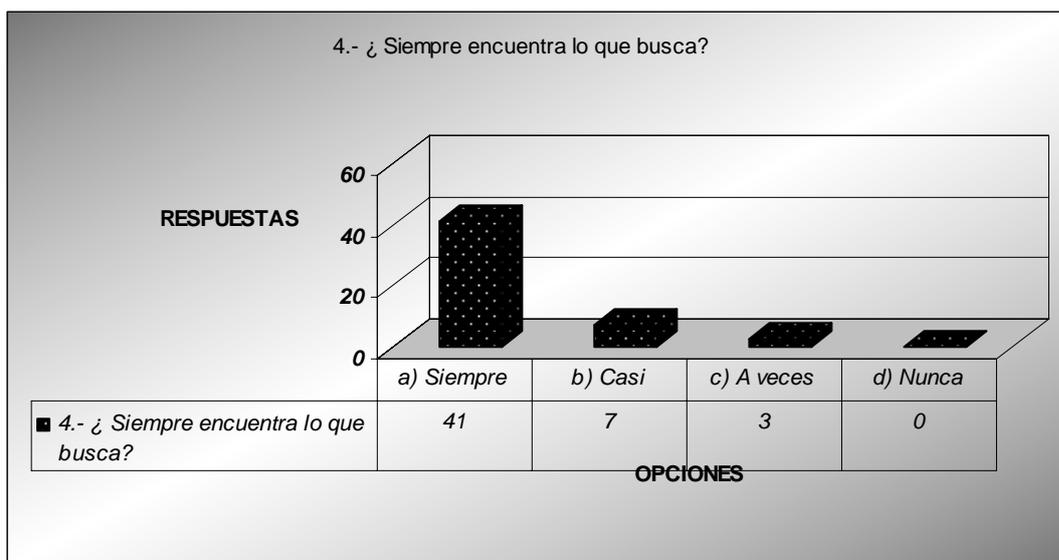
- a) Muy Bueno 17
- b) Bueno 33
- c) Regular 1
- d) Malo 0



De acuerdo con las entrevistas realizadas acerca de la prestación del servicio que ofrece la Papelería, se logro determinar que la gran mayoría de las personas con el 65% opinaron que es bueno, mientras que el 33% opinaron que es muy bueno y el 2% con una persona inconforme dijo que su servicio es regular. Este punto nos indica que existen algunos puntos que de deben de cubrir para tener mayor aceptación del cliente, ya que todos en su gran mayoría mostraron interés por este establecimiento y la forma que eran recibidos al momento de acceder y comprar dentro de la Papelería.

4.- ¿Siempre encuentra lo que busca?

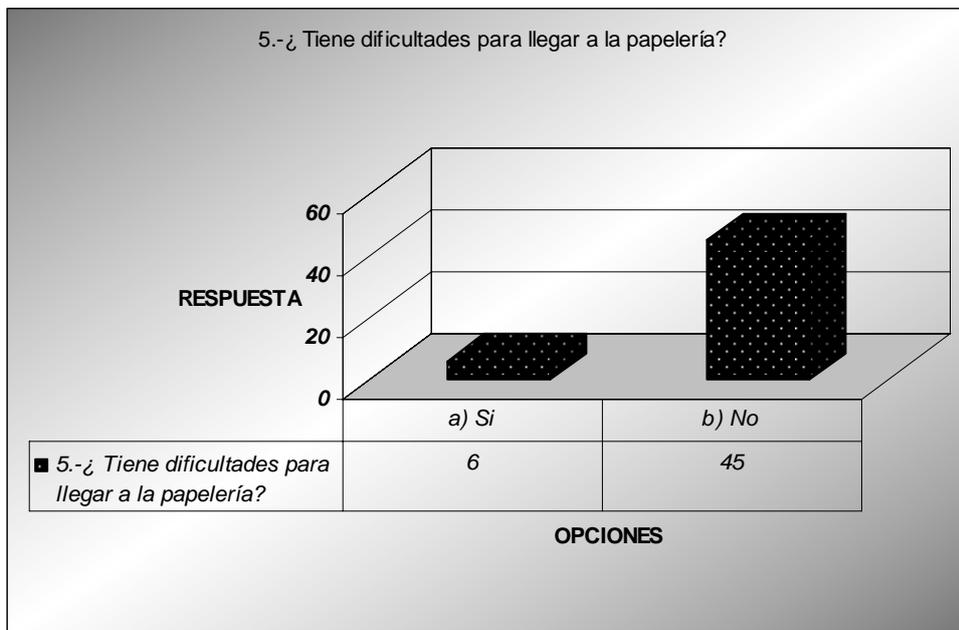
- a) Siempre 41
- b) Casi Siempre 7
- c) A veces 3
- d) Nunca 0



Dentro de la pregunta cuatro donde se desea saber si los clientes realmente se van satisfechos al momento de comprar o buscar algo dentro de la papelería, se descubrió que el 80% de los 51 encuestados siempre han encontrado lo que han buscado, sin embargo existieron algunos que manifestaron que no siempre se cuenta con todo, a veces es necesario ir a otro lugar porque no siempre encuentran lo que buscan con un 14% para casi siempre y un 6% para a veces. Este punto indica que tal vez falte tener mas producto dentro de la empresa y es necesario tomar mayor atención del cliente para buscar satisfacerlo en la mayor medida posible.

5.- ¿Tiene dificultades para llegar a la papelería?

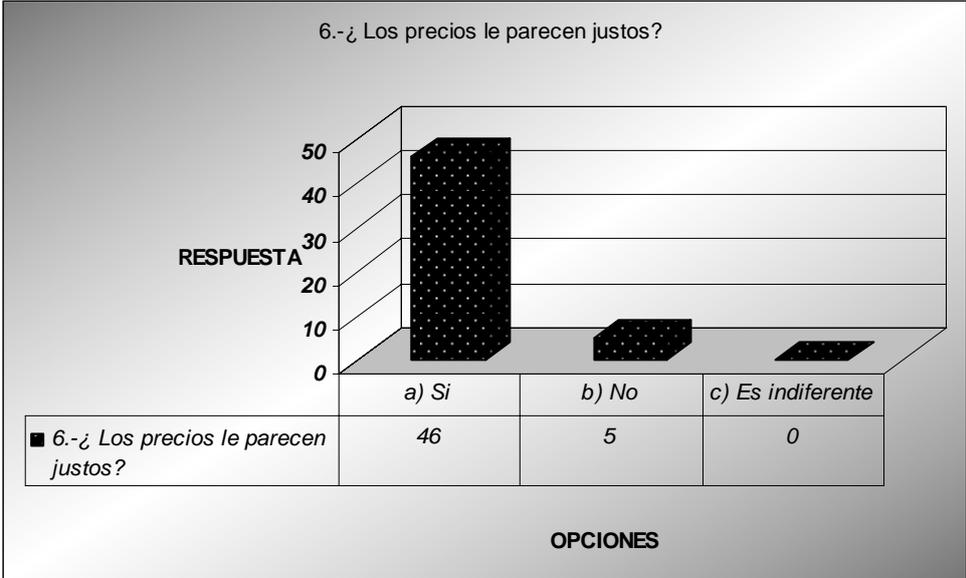
- a) Si 6
- b) No 45



Dentro de las posibilidades para poder llegar a la empresa en cuanto a su accesibilidad se requiere, se hizo la presente pregunta para conocer la situación del cliente, en donde se encontró que el 88% de las personas no tienen dificultades para llegar debido a la cercanía del mercado con la empresa. El 6% mencionó que no se tiene dificultad para llegar, solo en casos cuando llueve y se dificulta el acceso, lo cual esta originado por el estado de las calles, las cuales están sin pavimentar y este es el principal obstáculo que tienen algunas personas de la colonia.

6.- ¿Los precios le parecen justos?

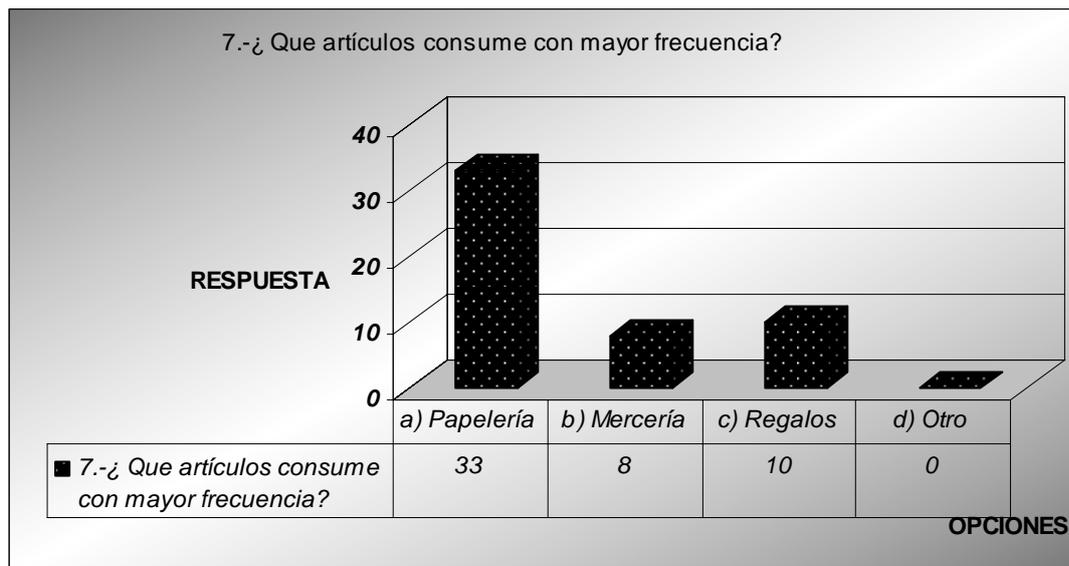
- a) Si 46
- b) No 5
- c) Es indiferente 0



En referencia al punto de vista del cliente sobre los precios que se manejan en cada artículo, se ha encontrado que el 90% de los encuestados, están conforme con el manejo de precios, ya que mencionan que es lo mismo comprar en la papelería que ir a comprar al centro, es decir los precios no están inflados. Con el 10% las personas señalaron que está un poco caro, lo cual en cuanto a la revisión propia de la colonia ubicando su economía, se entiende que por razones económicas a las personas se les hace un poco caro, lo cual indica que puede ser entendible para sus aptitudes económicas.

7.- ¿Que artículos consume con mayor frecuencia?

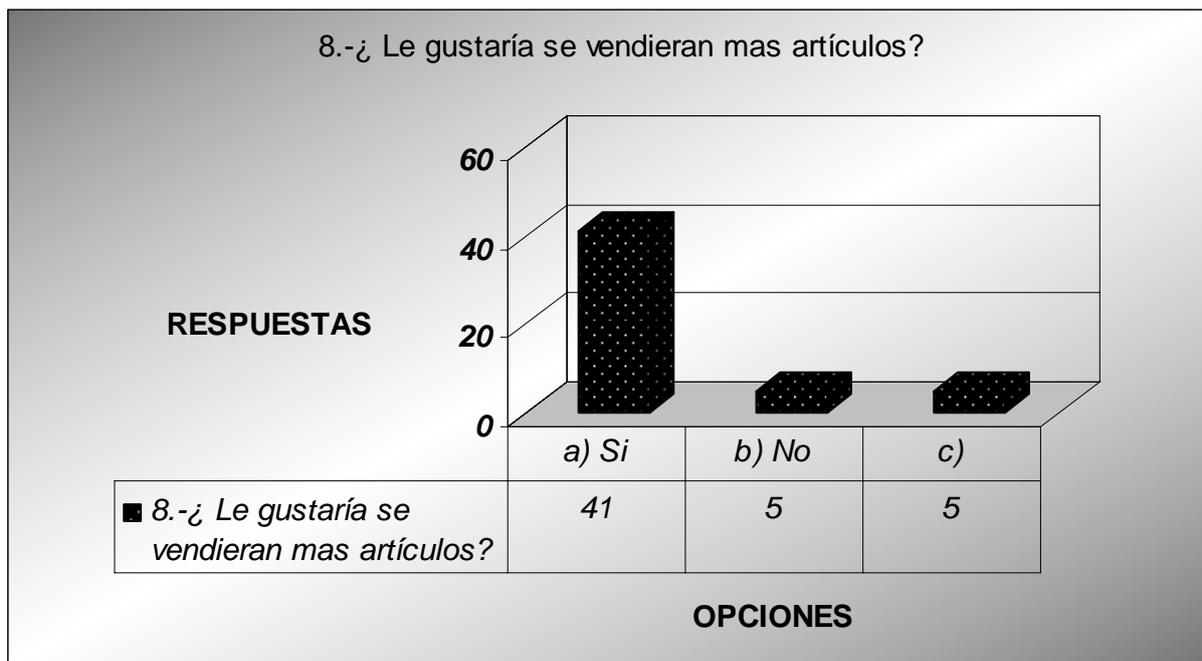
- a) Papelería 33
- b) Mercería 8
- c) Regalos 10
- d) Otro 0



Como lo indica el nombre de la empresa, Papelería, Mercería y Regalos, con esta pregunta se busca saber que ramo se consume mas, en donde la Papelería obtiene un 65% de los clientes, la Mercería con un 15% y los Regalos y otros artículos con un 20%. Esto indica que los clientes demandan más papelería, por lo que es necesario poner mayor atención al surtido de productos en papelería, ya que es lo que mas se consume y con mayor razón en épocas de clases.

8.- ¿Le gustaría se vendieran mas artículos?

- a) Si 41
- b) No 5
- c) Indiferente 5



Muchas personas manifestaron el deseo de que en la empresa existan mayor cantidad de productos con mayor variedad, esto lo demostró la encuesta aplicada, en donde el 80% manifiesta que si les gustaría existieran más artículos, 10% dijo no y 10% manifestó ser indiferente a tal cuestionamiento. Esta pregunta se relaciona con la anterior, ya que al preferir la papelería por los clientes, seria interesante diversificar y aumentar su ramo de productos para tener al cliente con mayores comodidades y poder así incrementar las ventas de la empresa.

ANALISIS FODA

<p>Fortalezas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La calidad de los productos es igual o mejor que las principales tiendas de la ciudad. • Los recursos humanos son familiares y conocen el ramo de papelería. • Innovación tecnológica en cuanto a copiatoras. • Servicio al cliente de manera directa y personalizada. • Suficiente liquidez para solventar deudas, con instituciones de crédito y proveedores. • Variedad de productos y bien surtido. • Suficiente espacio para acomodo de la mercancía. • Sus proveedores entregan mercancía a tiempo. • Sus clientes son cumplidos y siempre pagan. • Hay generación de utilidades todos los días. • Los días de pago de sus deudas son justas y a tiempo. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • El cambio no es fuente de preocupación. • Falta de planeación en la organización del lugar. • Falta de control Interno en las mercancías, ya que no hay registro de cada producto. • Falta de cajas registradoras. • Ausencia de sistema de seguridad. • Contenedores están obsoletos. • Falta de recursos Humanos. • Cierta retraso en la entrega de proveedores. • No existe control de ingresos y egresos. • La mercancía no esta separada por departamentos. • No existe un valor monetario para todos lo bienes y servicios. • Falta de extinguidores. • No hay caja de depósito de dinero. • Las utilidades son utilizadas en su mayoría para sustento de la familia.
<p>Oportunidades.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exploración de nuevas calles, buscando posibilidades de vender a más gente. • Cercanía con más escuelas que requieren este tipo de empresa. • Su mercado crece de manera rápida, debido al servicio que se proporciona al cliente. • Tiene posibilidades de importar mercancía del extranjero. Sus principales proveedores son grandes casas comerciales como Casa Kimono. • La población de la colonia esta creciendo, por tanto, el nivel de ventas puede ser rebasado. • Las condiciones de la colonia están mejorando, con ello hay fácil acceso. • Acceso de camiones urbanos a la colonia, actualmente pasan a un costado de la empresa. • Esta alejada del centro de la ciudad, donde se encuentran los más grandes competidores, por lo tanto, es muy accesible a la colonia. 	<p>Amenazas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Debido al crecimiento de la colonia, entraran nuevos competidores agregándose a los establecidos. • Existen productos sustitutos por parte de otras microempresas. • Calles no pavimentadas, en caso de lluvias, resulta desfavorable. • Esta lejos de la calle principal de la colonia, por lo tanto esta muy escondida. • Existen empresas muy grandes en la ciudad dentro de ese ramo. • El establecimiento de nuevas tecnologías por parte de los mayores competidores como casa Kimono, Papelandia, siendo estas las más fuertes. •

<p style="text-align: center;">Factores internos</p> <p style="text-align: center;">Factores externos</p>	<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • La calidad de los productos es igual o mejor que las principales tiendas de la ciudad. • Los recursos humanos son familiares y conocen el ramo de papelería. • Innovación tecnológica en cuanto a copiadoras. • Servicio al cliente de manera directa y personalizada. • Suficiente liquidez para solventar deudas, con instituciones de crédito y proveedores. • Variedad de productos y bien surtido. • Suficiente espacio para acomodo de la mercancía. • Sus proveedores entregan mercancía a tiempo. • Sus clientes son cumplidos y siempre pagan. • Hay generación de utilidades todos los días. • Los días de pago de sus deudas son justas y a tiempo. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • El cambio no es fuente de preocupación. • Falta de planeación en la organización del lugar. • Falta de control Interno en las mercancías, ya que no hay registro de cada producto. • Falta de cajas registradoras. • Ausencia de sistema de seguridad. • Contenedores están obsoletos. • Falta de recursos Humanos. • Cierta retraso en la entrega de proveedores. • No existe control de ingresos y egresos. • La mercancía no esta separada por departamentos. • No existe un valor monetario para todos los bienes y servicios. • Falta de extinguidores. • No hay caja de depósito de dinero. • Las utilidades son utilizadas en su mayoría para sustento de la familia.
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exploración de nuevas calles, buscando posibilidades de vender a más gente. • Cercanía con más escuelas que requieren este tipo de empresa. • Su mercado crece de manera rápida, debido al servicio que se proporciona al cliente. • Tiene posibilidades de importar mercancía del extranjero. Sus principales proveedores son grandes casas comerciales como Casa Kimono. • La población de la colonia esta creciendo, por tanto, el nivel de ventas puede ser rebasado. • Las condiciones de la colonia están mejorando, con ello hay fácil acceso. • Acceso de camiones urbanos a la colonia, actualmente pasan a un costado de la empresa. • Esta alejada del centro de la ciudad, donde se encuentran los más grandes competidores, por lo tanto, es muy accesible a la colonia. • Puede tener accesos a más créditos. • El numero de escuelas en todos los niveles se esta incrementando. 	<p>Fortalezas-Oportunidades Estrategia para maximizar F y O.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La calidad de sus productos es igual a de las principales tiendas, las cuales están en el centro de la ciudad. • En cuanto al servicio al cliente y la cercanía con más escuelas, resulta más atractivo para mayor éxito. • Mientras la población crece puede generar mayores clientes ofreciendo el mismo trato para todos. • El pago de sus deudas a tiempo, ocasionara mayor apertura de créditos en su beneficio. • Mantener la variedad de productos y bien surtido en la medida que la población se incrementa. • Aprovechando el acceso de camiones urbanos, el servicio de buen surtido y siempre con disposición para el cliente, resulta viable para las personas externas a la colonia. • Al existir mayor número de escuelas, será necesario tener más espacio y mayor surtido de los artículos. 	<p>Debilidades – Oportunidades. Estrategia para minimizar D y maximizar O.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Al incrementar su mercado, es posible hacer algún cambio para tener mayor aceptación y reconocimiento. • Para tener mayores clientes con el incremento de la población, es necesario tener mayor planeación en la dirección del negocio. • Al mejorar las condiciones de la colonia, es posible utilizar las utilidades en invertir dentro del propio local. • Al mejorar las condiciones de las calles de la colonia, los proveedores, tendrán mayor acceso y mayor rapidez en su entrega. • La población crece y existen posibilidades de contratar personal con mayor con responsabilidad. • Al tener acceso a otros créditos, es posible adquirir cajas registradoras y mejor tecnología. Además adquirir extinguidores para casos de emergencia. • Debido a la falta de seguridad, es necesario adquirir un sistema de alarma contra robos, debido a las condiciones de la colonia en cuanto a la existencia de personas denominadas “cholos”.
<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Debido al crecimiento de la colonia, entraran nuevos competidores agregándose a los establecidos. • Existen productos sustitutos por parte de otras microempresas. • Calles no pavimentadas, en caso de lluvias, resulta desfavorable. • Esta lejos de la calle principal de la colonia, por lo tanto esta muy escondida. 	<p>Fortalezas - Amenazas Estrategia para maximizar F y minimizar A.</p> <ul style="list-style-type: none"> • A la entrada de nuevos competidores y la generación de ganancias, será posible enfrentarlos en la medida que se incrementen los artículos a vender. • Al existir productos sustitutos, se aprovechara la calidad de los productos en comparación con las grandes tiendas. • Al estar lejos de la calle principal, el servicio al cliente de manera directa y personalizada, es fuente de atracción para ellos. • Si los competidores agregan nuevas tecnologías, el acceso a créditos puede ser 	<p>Debilidades - Amenazas Estrategia para minimizar D y A</p> <ul style="list-style-type: none"> • Al entrar nuevos competidores, es necesario tener mayor variedad, así como tener un control de toda la mercancía comprada. • En caso de contingencias, como lluvias o inundaciones, es necesario contabilizar la mercancía para evaluar en moneda las pérdidas ocasionadas. • Al existir empresas muy grandes dentro de la ciudad, es necesario tener mayor planeación y mayor organización para tener mayor competencia y ventaja competitiva. • Si los competidores establecen mejores

<ul style="list-style-type: none"> Existen empresas muy grandes en la ciudad dentro de ese ramo. El establecimiento de nuevas tecnologías por parte de los mayores competidores como casa Kimoto, Papelandia, siendo estas las más fuertes 	fuente de competencia para adquirir nuevas tecnologías.	tecnologías, las utilidades obtenidas se puede dirigir en un porcentaje para atender este punto sin descuidar las deudas.
--	---	---

PROPUESTA UNICA DEL NEGOCIO

Dentro de este punto la situación actual del producto se encuentra muy diversificado, ya que dentro del negocio están cinco ramos de venta, como lo es papelería, mercería, regalos, ropa para niño y productos de aseo personal. Cada área representa una parte proporcional dentro de la empresa, donde la mas vendida es en el ramo de papelería y mercería, ya que la población estudiantil se hace presente por las escuelas que se ubican dentro de la colonia. Es por ello que dentro de papelería lo más vendido es en copias fotostáticas, pues es un servicio muy demandado en cualquier papelería. Además cuadernos, lápices, plumas, borradores, hojas de impresión como las más vendidas después de las copias. Hay otros productos de menor venta pero que si tienen salida en el transcurso de la semana, como lo son resistol, tijeras, cintas adhesivas, papel china, crepe, etc. Durante los periodos de clases es la época donde mayores ventas se presentan, pues en vacaciones las ventas disminuyen considerablemente por la escasez de estudiantes.

En lo que respecta a mercería los artículos mas vendidos están presentes en botones, listones, hilos para tejer, para enmendar ropa, moños para regalos, etc. Estos presentan ventas durante todo el año, ya que comúnmente se están consumiendo al mismo ritmo en todas las etapas. Al igual se presentan los cosméticos, que principalmente mujeres son los consumidores, las ventas se presentan no a diario pero siempre hay movimiento de este tipo de artículos.

En regalos se encuentran más vendidos detalles, tarjetas postales, pulseritas, aretes, collares, etc. Estos representan un punto fuerte ya que los jóvenes son gustosos de este tipo de artículos y normalmente son vendidos en un cierto tiempo no cuantificable. Al igual se encuentran

artículos de aseo personal ya que siempre están en venta y siempre se venden aunque no a un ritmo acelerado. En ropa para niño, lo mas vendidos son trusitas, camisetas, entre otros. De estos últimos artículos se venden en menor cantidad debido a la menor demanda de ello, sin embargo están a la venta y en constante movimiento. Con esta situación se tiene que la mercancía que se vende siempre tiene movimiento en cuanto a las ventas, ya que se considera que se da de manera cíclica, es decir siempre están saliendo al mercado y en algún tiempo indeterminado se agotan. Por lo tanto es necesario adquirir más mercancía para ponerla a disposición del público.

La mercancía esta en constante movimiento, todo ello debido a la gran demanda por cada producto que tienen las personas, en especial los de la colonia Valle Verde, que es el lugar donde se ubica dicha empresa. Para ello es muy importante la entrega de los proveedores, quienes siempre están atentos a sus pedidos y cuenta con gran disponibilidad de cada artículo que ese a la venta. Papelería, mercería y regalos, cuenta con gran capacidad de aceptación, ya que si un cliente desea un artículo no encontrado, inmediatamente es conseguido para ponerlo a disposición del cliente. Entonces en muchas ocasiones el producto se vende porque ya esta pedido de manera anticipada. La decisión de conseguir el articulo se da en la medida que este sea vendido, es decir, si dicho producto es poco vendido, no se consigue para su venta, en cambio si es muy demandado, atiende a la mayoría de los clientes que lo piden, por ello Sonia Salomón siempre esta disponible a sus clientes y a lo que deseen.

INVERSIÓN BÁSICA DEL NEGOCIO

PAPELERÍA, MERCERÍA Y REGALOS

ESTADO DE RESULTADOS

DEL 01 DE ENERO AL 19 DE SEPTIEMBRE DEL 2007

Ventas	\$138,464.00		
Costo de Ventas	102,463.36		
Utilidad bruta		\$ 36,000.64	
Gastos de Operación			
Gastos de venta		11,925.00	
Gastos de Administración			0
Utilidad de operación			\$24,075.64
Otros Gastos		43,200.00	
Otros Ingresos		27,000.00	
			<u>-\$16,200.00</u>
Utilidad del Ejercicio			\$ 7,875.64

PAPELERIA, MERCERIA Y REGALOS

BALANCE GENERAL PROFORMA

AL 19 SE SEPTIEMBRE DE 2007

ACTIVO		PASIVOS	
EFFECTIVO		Cuentas por Pagar	
CAJA		Proveedores	\$ 9,900
INVERSIONES		Docum. por Pagar.	<u>\$ 25,411</u>
Inventario	\$ 22,549	TOTAL PASIVO	\$ 35,311
Papeleria	\$ 12,813		
Merceria	\$ 3,808	CAPITAL	
Regalos	\$ 3,571	Capital Social	
Perfumería	\$ 214	Patrimonio	\$ 90,533
Ropa p/ Niño	<u>\$ 2,143</u>	Capital Contable.	
Inmuebles Maq. Y Equipo	<u>\$ 111,170</u>	Utilidad del ejercicio	<u>\$ 7,875</u>
Edificio	\$ 60,000	TOTAL CAPITAL	<u>\$ 98,408</u>
Terreno	\$ 30,000		
Equipo de oficina	\$ 5,970	TOTAL PASIVO + CAP. CONT	\$ 133,719
Maquinaria	\$ 12,000		
Herramienta	<u>\$ 3,200</u>		
TOTAL ACTIVO	\$ 133,719		

METAS FINANCIERAS

Papelería, mercería y regalos, esta dedicada a la compra venta de artículos de papelería, mercería y regalos. Todo a su vez esta encaminada al constante crecimiento de la empresa en los diferentes ámbitos y ramos que le compiten, para ello se ha propuesto una serie de

objetivos financieros a corto, mediano y largo plazo, para con ello tener mayor certidumbre en cuanto al cumplimiento y desarrollo de cada punto dentro de la organización.

CORTO PLAZO.

- Cubrir todas las deudas pendientes al término de un año.
- Mantener la estabilidad financiera y crediticia del negocio.
- Buscar créditos ante diversas instituciones crediticias no bancarias.
- Invertir en la compra de más mercancía.
- Aumentar el nivel de inventarios.
- Diversificar los proveedores.
- Aumentar la cartera de clientes.
- Separar ingresos de los diversos ramos, en papelería, Mercería y regalos, además de lo que resulte.
- Mantener un fondo de caja chica.
- Registrar todos los artículos que se compran para su venta.
- Separar ingresos de costos.
- Separar ramos en los que se desempeña.
- Separar ingresos de los diversos ramos.
- Aumentar los ingresos en un 20%

MEDIANO PLAZO.

- Búsqueda de nuevos mercados.
- Atracción de mayores clientes a través de la mercadotecnia.
- Ofrecer mayor variedad de productos, para tratar de asimilar condiciones a empresas grandes en la región, como lo es Papelandia.
- Traer artículos del extranjero.

- Abonar a préstamos crediticios.
- Aumentar los ingresos en un 25%

LARGO PLAZO.

- Obtención de créditos ante instituciones financieras, bancarias.
- Ampliación del negocio en cuanto a local y mercado.
- Contar con una caja registradora de todos los productos y separados por ramo.
- Contratación de personal.
- Aumentar los ingresos en un 40%.

PRODUCTOS A VENDER

Para lograr tener mayor aceptación dentro del mercado seleccionado y donde actualmente se ubica la empresa, es necesario tomar en consideración nuevos elementos que repercutan directamente en los ingresos de la empresa, y que estos a su vez sirvan para una mayor atracción de clientes, mediante la inversión en nuevos y novedosos productos que hasta el momento no están considerados, dentro de los cuales es viable tomar en consideración las necesidades de las personas.

Tomando en consideración que la empresa posee un gran surtido de artículos para el público, es importante tomar en cuenta la forma en que los clientes requieren de mayor atención, y esto se ha logrado mediante una investigación de mercado con los clientes, los cuales opinan desean tener una mayor disponibilidad de artículos, ya que la mayoría resalta les gustaría existiera mas variedad de los que buscan comúnmente.

Es por ello que dentro de la Papelería, Mercería y Regalos, es importante la incursión de una mayor cantidad de artículos, los cuales pueden ser mejorados. Los artículos que resultarían ventajosos para la empresa son:

- Mayor cantidad de calculadoras, incluyendo una o dos científicas. Dependiendo de su precio esta se pueden vender de una mayor forma, por ejemplo existen calculadoras valuadas en 200 o 300 pesos. Además las normales ya existen en la empresa, pero es importante buscar nuevos modelos y no obsoletos como los que se pudiesen tener. Si bien no son muy demandadas, una mayor vista al cliente le da confianza y certidumbre de poder comprar en algún tiempo.
- Agendas laborales y estudiantiles. Principalmente van dirigidos a maestros y estudiantes de preparatoria y universidad, estas agendas pueden estar valuadas entre 150 y 300 pesos dependiendo de su estilo.
- Mayor diversidad de cuadernos decorados para niños, por ejemplo, con ilustraciones de la barby, con dibujos animados de caricaturas, como por ejemplo de Bob Esponja, el cual es muy famoso entre los niños. Además cuadernos de diversos tamaños, pequeños, medianos y grandes. Se aclara que una mayor diversidad de cuadernos para niños de este estilo acapara la atención de ellos.
- Incursión de memorias USB, ya que actualmente están eliminando el uso de los diskets y estos son preferidos por estudiantes de preparatoria y universidades. Además los maestros también necesitan de este bien. Estas memorias las puede incursionar de manera paulatina, donde las primeras serian las de menor capacidad como de 128 megabytes con un precio de entre 150 y 300, estas son más baratas y fáciles de adquirir. Si el éxito resulta incursionar de 512 megas valuadas entre 200 y 500 pesos y posteriormente de 1 y 2 Gigabytes, las cuales actualmente son muy demandadas. Cabe aclarar que cada memoria depende de su marca para conocer el precio.
- Se puede incursionar el servicio de impresión, es decir, puede resultar viable para los estudiantes cuando solo requieren imprimir. Este servicio se puede vender a \$1 por

impresión. Con ello es posible obtener ingresos extras, que si bien no es mucha ganancia monetaria, pero si ganancia de clientes al facilitarle sus servicios.

- Dentro de regalos es posible incursionar artículos como monos de peluche, flores grabadas en cristal, bolsas para regalo decoradas, almohadas con alguna imagen grabada, etc., con estas recomendaciones en regalos se toma en cuenta las condiciones de la población, ya que estas serian además de las ya existentes las mas demandadas por las personas.
- Para el ramo de mercería se considera que tomando en cuenta la demanda de población, se tiene contemplado lo mas necesitado, por lo tanto es posible no requiera de mayor variedad. Sin embargo es importante incursionar nuevos artículos, de los cuales se puede tomar como referencia las grandes mercerías que existen dentro de la ciudad.
- Anexando a la idea de nuevos productos a la empresa, es necesario agregar un punto muy importante que repercute directamente en las ventas de la Papelería, este punto es de dar un mayor y mejor servicio para los clientes, ya que ellos desean un mejor servicio siempre y es importante tomar en cuenta estos servicios. Por lo tanto se plantea la posibilidad de ser más atentos, más ágiles en la atención al cliente. Para ello es posible que se pueda contratar una persona más a la empresa, ya que con ella es posible atender a más clientes cuando ya hay comprando dentro de la empresa, y así se logra evitar esperas al cliente y se le proporciona un mejor servicio. Además el beneficio de contratar una persona más, es posible tener más tiempo para la empresa en mejorar su imagen.

DEFINICION DE PRECIOS.

Dentro de este rubro es importante tomar en cuenta la política de la empresa en cuanto a la determinación de los precios, ya que se considera que dicha medida es viable seguir aplicándola para cualquier otro producto que se logre vender.

La política seguida por la empresa desde sus inicios de operaciones es de aumentar en un 20% del costo del bien en el ramo de papelería, así como aumentar en un 40% del costo del artículo para los demás que se comercializan, tanto en mercería, regalos y otros elementos que se venden como artículos de limpieza, de cuidado de la salud, entre otros de menor importancia para la empresa, pero que de igual manera forman parte de su estructura en la empresa.

MEDIOS DE MARKETING

Es muy importante tomar en cuenta la forma en que se darán a conocer al resto del mercado pendiente de explotar, ya que si bien es cierto el mercado potencial de la empresa es a tres calles a la redonda, le restan 4 o 5 calles mas por explotar, lo cual puede ser acaparado si la publicidad para darse a conocer resulta efectiva. Como primera instancia y estrategia para publicar la empresa dentro de la colonia Valle Verde y demás existente alrededor de la misma, es posible la publicidad a través de la radio. Con este medio es posible que toda la colonia se entere del establecimiento, ya que la radio es comúnmente escuchado por toda la población. La frecuencia por donde se recomienda se haga el anuncio publicitario, es a través de la Máxima 100.9 FM, así como en la Invasora 90.5 FM, ya que son las dos principales estaciones mas escuchadas en Ciudad Obregón, clasificándola por el estilo de música que pregonan. El anuncio publicitario puede ir encaminado a demostrar la ubicación de la empresa, los artículos que se venden y promociones nuevas que se puedan realizar en cualquier momento, para ello es necesario que el anuncio sea motivador y incentive al cliente cierto interés por saber de que se trata.

Una segunda opción de publicidad es darse a conocer a través del periódico principal mas leído en la ciudad, ya que normalmente la mayoría de la población ubica la sección de anuncios para saber lo nuevo y lo desconocido por ellos. Para ello se recomienda anunciarse en el periódico Tribuna del Yaqui, esta institución es la principal y una de las más conocidas

en la región. Es posible que la información lleve el domicilio, el nombre de la empresa, los artículos que se venden, etc. y cualquier otra situación que se estime importante como un slogan publicitario. Como estrategia para darse a conocer en las dos escuelas primarias que se encuentran en la colonia, es una opción viable el establecer alianza con la dirección de las escuelas, con ello es posible mayor atracción de clientes de primaria y maestros que trabajen en ella. Esta forma se puede llevar a cabo otorgando un boleto o un volante donde se mencione que al presentar credencial de escuela que se trate y el volante o boleto, tendrá un descuento del 5 o 10% de lo que se desee comprar, para ello es importante tomar en cuenta que los maestros serán conocidos, sin embargo para ello es posible se otorgue un porcentaje menos que para los estudiantes, todo ello por las condiciones económicas tan diferentes.

Con la anterior estrategia de venta como lo es la alianza, es posible una mayor atracción de clientes y mayores ventas durante el periodo escolar, si bien no se ganaría lo normal en cada producto, es posible que con la mayor cantidad de ventas que se obtenga se compense esta situación. La empresa puede crecer en términos de ingresos y en la atracción de clientes.

Para lograr una mayor promoción de ventas es posible que la empresa se de a conocer en diversos medios, como por ejemplo de estas actividades son: muestras gratis, regalos en la compra del producto, ofertas de introducción, patrocinio y/o participación en eventos sociales, educativos, culturales, deportivos o presentación en ferias, entre otros

METAS DE MARKETING

Para tener un mayor control de acuerdo a los medios de marketing planteados, es necesario que la empresa mejore su imagen, es decir, la apariencia se esta volviendo obsoleta, por lo tanto la publicidad fuera de la empresa hay que renovarla, hay que pintar de nuevo las paredes externas y hay que reacomodar los estantes de la empresa, es decir tener mas separados los productos para que sean mas vistosos al cliente. Es importante tomar en cuenta que lo principal es la Papelería, por lo tanto la parte de mostrador hay que descubrirla, tiene muchos

obstáculos para observar las cosas. Todo ello debido a que en la parte de mostrador existen artículos de Mercería, estos hay que reacomodarlos y dejar únicamente los de papelería. Con ello es bueno ubicar a la Papelería en un lugar, otro para la Mercería y el resto para regalos y otros artículos que se venden.

Con estas recomendaciones es posible tener mayor aprovechamiento de la publicidad, ya que al mencionarlo en radio, periódico y al establecer alianzas con escuelas, la imagen de la empresa debe ser mejorada para mayor impresión al cliente. Es decir que se lleve una buena impresión de la empresa en cada ramo. Con ello los clientes al escuchar la publicidad al llegar a la empresa les darán confianza para regresar y recomendar a las demás personas.

Estas acciones deben realizarse en un corto plazo, en menos de 6 meses, ya que la actualización es recomendable para cada persona. En este plazo la empresa debe cubrir con estas recomendaciones para tener mayor atracción de clientes y tener más ventas para el próximo año. Es importante que debemos empezar por mejorar el aspecto de la empresa, posteriormente el resto es importante para lograr tener mayor atención dentro de la colonia, colonias aledañas a la Valle Verde, así como también considerar al resto de Cd. Obregón de alguna manera u otra. En un mediano y largo plazo es importante buscar nuevos medios de promoción, ya sea en revistas de la región, claro esta que deben ser muy reconocidas y es posible considerar que se puede hacer publicidad a través de la televisora local, Televisoras Grupo Pacifico, con ello seguramente la atracción de clientes es mucho mayor, ya que estos buscan observar que es lo que mas les conviene y donde se pueden encontrar, y que mejor que la televisora quien de manera viva transmitirá a todo el publico la empresa en todas sus tonalidades, con ello se espera crecer a pasos agigantados dentro de estos plazos, y seguramente las ventas se verán favorecidas durante todo el año.

Con estas metas que se debe promocionar es posible que la empresa pase a ser una Papelería reconocida en la región y dejar de ser una pequeña empresa, claro está que esto se puede lograr en un largo plazo, 5 o 10 años, pero es importante empezar con los medios más baratos para ir creciendo y poder alcanzar todas las metas propuestas. Como parte importante para seguir aprovechando los medios de marketing, la empresa debe renovar su imagen cada año, ya que todos los años hay ciclo escolar y cada año hay más estudiantes y los existentes avanzan en sus estudios, por ello es importante mejorar el aspecto cada 1 o 2 años, pero entre más rápido sea, esto será cada vez mejor y mayormente productivo. El acomodo del lugar debe darse cada uno o dos años, puesto que lo mismo puede no motivar a los clientes y así mismo, ya que resulta divertido tener cosas cambiantes dentro de la empresa y es importante que exista auto motivación para seguir trabajando.

DESARROLLO DE PRODUCTOS.

Es importante tomar en cuenta que la empresa debe buscar renovarse tanto en su imagen como en los productos que vende, ya que esta situación es muy interesante para los clientes, pues ellos buscan cosas nuevas que les llamen la atención y así encontrar nuevas cosas que ellos mismos necesitan.

Si bien la empresa no fabrica algún producto, es fundamental tomar en cuenta que se le puede agregar a los productos que vende, ya que la innovación dentro de la misma acarrea más posibilidades de atracción de clientes. Con ello se busca tener mayores ventas e ingresos por la actividad que se realiza.

Es por ello que dentro de la Papelería es importante considerar que otras innovaciones se pueden hacer además de las ya existentes, como es el caso del regalo de la envuelta de algún artículo que se haya comprado o la entrega de calendarios al principio del año.

Para el caso de los estudiantes de primaria y secundaria que son los principales clientes, es importante tomarlos en cuenta, a ellos se les puede ofrecer un artículo de regalo en la compra de productos dentro de la misma. Por ejemplo se pueden regalar plumas o lápices, borradores, estampitas infantiles, llaveritos, pulseritas, etc. Para ellos es importante, debido a que en esta edad les gusta mucho tener cosas de regalo y que puedan presumir. Cabe aclarar que para hacerse acreedores a un regalo, su compra debe de pasar de los 30 pesos para poder regalar y no tener pérdidas. Bien la empresa misma poner cierta cantidad a consumir para que los estudiantes de primaria y secundaria se hagan acreedores a un cierto regalito. Cabe aclarar que debe aprovecharse este medio para hacer publicidad, poniendo el sello de la empresa impreso dentro del artículo de regalo.

Se debe considerar la posibilidad de nuevas promociones en cuanto a paquetes de venta. Esta acción puede traer grandes beneficios. Por ejemplo al inicio de un ciclo escolar la empresa puede promover paquetes para los estudiantes, la cual es muy llamativa y tentadora para las personas. Estos paquetes pueden estar llenos de artículos que mas se venden para las escuelas, como por ejemplo, pueden contener un cuaderno, una libreta, un lápiz, una pluma, borrador, etc., es decir cosas mas importantes y mas útiles para ellos. No se debe descuidar el precio, el cual puede estar un poco mas bajo de lo normal, debiendo cuidar la cantidad para no perder y ganar más aunque sea menos de lo que se debe. Considerando que la ganancia se puede ver reflejada con los nuevos clientes que sean atraídos con estas promociones.

Para lo anterior no hay que descuidar que los maestros que también consumen, para ellos se pueden realizar al igual paquetes de promoción, como por ejemplo, una agenda, una pluma y lápiz, fólder, útiles que mas necesiten y que sean llamativos para ellos.

Para el caso de la Mercería, es importante tomar en cuenta que no se cuenta con una inmensa variedad de productos a vender, por lo que es importante traer productos que antes no se vendían y que pueden ser comercializados de igual manera que en las mercerías mas

reconocidas de la ciudad. La mercería es un ramo muy demandado por las personas adultas, principalmente de mujeres. Para este caso también se le pueden otorgar regalitos. Por ejemplo si se venden servilletas para tejer, se les puede regalar el aro o bien descontarle cierto porcentaje al precio. Se le puede regalar un rollo de hilo del color que desee, con ello seguramente las señoras buscaran comprar servilletas para tejer si se les regala el hilo o el aro. En regalos la incursión de nuevos artículos es muy importante si se desea mantener este ramo, ya que no es muy demandado y es importante promocionar nuevos productos para mayor cantidad de clientes. Por ejemplo en épocas decembrinas, es muy común que se hagan intercambios en posadas, básicamente en escuelas, muchos de los clientes buscan que regalar, por ello es muy importante tener un mayor surtido de artículos para ellos. Por ejemplo se pueden incursionar billeteras con algún dibujo animado, billeteras normales y de piel, además de ellas se pueden tener cintos, cadenas y anillos de fantasía. Monos de peluche de personajes en caricaturas, claro esta que el tamaño depende de las expectativas de la empresa, pues el precio de estos depende de su tamaño. Es posible tener considerado cajitas de regalo con alguna leyenda divertida.

Las anteriores consideraciones para regalos es bueno tomarlas en cuenta, sobre todo en épocas de diciembre, 14 de febrero, 10 de mayo. Para aprovechar la incursión de nuevos regalos y poder venderlos a tiempo, se puede establecer la política de apartado, es decir que lo aparate hoy y lo pague en tal fecha que se desea. Con ello se asegura su venta y la posibilidad de vender más a más clientes. Con ello se entiende que para regalos es importante tomar en cuenta la época, es decir, que dependa de la fecha importante para vender regalos de acorde con ella.

MATERIALES DE PROMOCION

Como parte primordial de las estrategias de publicidad anteriormente mencionada, es importante agregar mayor cantidad de elementos que nos ayuden a promovernos dentro del

mercado donde se desarrolla, para ello es importante retomar las estrategias tomadas desde el inicio y seguir agregando otras mas para la empresa.

Por ejemplo es importante hacer la publicidad que se desarrollo al inicio, el de repartir volantes por las calles y casas en donde estas nos representó grandes beneficios para el desarrollo de la empresa. Además de ello sería viable se colocaran lonas dentro y fuera de la colonia, y que estas a su vez proporcionen información sobre los artículos que se venden. Por consiguiente seria cómodo instalar iguales lonas en las escuelas primarias y secundarias más cercanas al establecimiento donde los alumnos puedan observar la mejor opción para que ellos, lo cual es la papelería, por lo tanto no se debe olvidar el anexar una lona más en las instalaciones de la misma.

Continuando con los materiales de promoción la empresa debe tener en cuenta que normalmente es importante considerar la forma que se harán las publicaciones, las cuales deben estar llenas de creatividad y que estas llamen la atención de los clientes y no clientes. Por ello es indispensable desarrollar el ingenio propio, o bien la ayuda de un profesional que asesore este tipo de funciones.

BALANCES GENERALES PROYECTADOS
PAPELERIA, MERCERIA Y REGALOS
BALANCE GENERAL PROFORMA
AL 19 SE SEPTIEMBRE DE 2008

ACTIVO		PASIVOS	
EFFECTIVO		Proveedores	\$ 47,302.01
INVERSIONES TEMPORALES	\$ 30,061		
		TOTAL PASIVO	\$ 47,302.01
Inventario	\$ 22,548.94		
Papelería	\$ 12,812.50		
Mercería	3,807.86	CAPITAL	
Regalos	3,571.43	Capital Social	
Perfumería	214.29		
Ropa p/ Niño	<u>2,142.86</u>	Patrimonio	\$ 104,835.07
		Capital Contable.	
Inmuebles Maq. Y Equipo	<u>111,170.00</u>	Utilidad del ejercicio	<u>11,643</u>
Edificio	\$ 60,000.00		
Terreno	30,000.00	TOTAL CAPITAL	<u>116,477.89</u>
Equipo de oficina	5,970.00		
Maquinaria	12,000.00		
Herramienta	<u>3,200.00</u>		
TOTAL ACTIVO	<u>\$163,779.89</u>	TOTAL PASIVO + CAP. CONT	<u>\$163,779.90</u>

PAPELERIA, MERCERIA Y REGALOS
BALANCE GENERAL PROFORMA
AL 19 SE SEPTIEMBRE DE 2009

ACTIVO		PASIVOS	
EFFECTIVO		Proveedores	\$ 49,350
INVERSIONES TEMPORALES	\$ 30,696		\$ 49,350.18
		TOTAL PASIVO	
Inventario	\$ 22,548.94		
Paperería	\$ 12,812.50	CAPITAL	
Mercería	3,807.86	Capital Social	
Regalos	3,571.43		
Perfumería	214.29	Patrimonio	\$102,616.93
Ropa p/ Niño	<u>2,142.86</u>	Capital Contable.	
		Utilidad del ejercicio	<u>12,448</u>
Inmuebles Máq. Y Equipo	<u>111,170.00</u>	TOTAL CAPITAL	<u>115,064.51</u>
Edificio	\$ 60,000.00		
Terreno	30,000.00		
Equipo de oficina	5,970.00		
Maquinaria	12,000.00		
Herramienta	<u>3,200.00</u>		
TOTAL ACTIVO	<u>\$164,414.69</u>	TOTAL PASIVO +	\$164,414.69
		CAP. CONT	

**ESTADO DE RESULTADOS PRESUPUESTADOS
AL 19 DE SEPTIEMBRE DEL 2008**

Ventas	\$ 145,276
Costo de Ventas	\$ 107,505
Utilidad Bruta	\$ 37,772
Gastos de Operación	\$ 12,512
Gasto de venta	
Gastos de Administración	
Otros Gastos	43,200
Otros Ingresos	27,000
Productos Financieros	\$ 2,583
Utilidad del Ejercicio	\$ 11,643

**PAPELERIA, MERCERIA Y REGALOS
ESTADO DE RESULTADOS PRESUPUESTADOS
AL 19 DE SEPTIEMBRE DEL 2009**

Ventas	\$ 151,567
Costo de Ventas	\$ 112,160
Utilidad Bruta	\$ 39,407
Gastos de Operación	\$ 13,053
Gasto de venta	
Gastos de Administración	
Otros Gastos	43,200
Otros Ingresos	27,000
Productos Financieros	\$ 2,294
Utilidad del Ejercicio	\$ 12,448

PAPELERIA, MERCERIA Y REGALOS
FLUJOS DE EFECTIVO PROYECTADOS
19 DE SEPTIEMBRE DE 2007

	A2007	A2008	A2009
Saldo Inicial	\$ -	\$ -	\$ -
Entradas de efectivo			
Ventas	\$ 138,464	\$ 145,276	\$ 151,567
Productos Financieros	-	2,582.66	2,293.65
Otros Ingresos	27,000.00	27,000.00	27,000.00
Total Entradas de Efectivo	\$ 165,464	\$ 174,859	\$ 180,861
Salidas de efectivo			
Costo de Ventas	102,463.36	107,505	112,160
Gastos de Operación	11,925	12,512	13,053
Otros Gastos	43,200	43,200	43,200
Total salidas de Efectivo	\$ 157,588	\$ 163,216	\$ 168,413
FLUJO DE EFECTIVO	\$ 7,876	\$ 11,643	\$ 12,448

OBTENCION DEL VPN

VPN= \$ 7,876 \$ 11,643 \$ 12,448

VPN= -\$ 3,034

OBTENCION DEL INDICE DE RENTABILIDAD

IR= \$ 0.91

Por cada peso invertido se obtienen .91 pesos de rendimiento

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

FLUJOS	INVERSION =	35000
\$ 7,876	\$	27,124
\$ 11,643	\$	15,482
\$ 12,448	\$	3,034

Mediante los flujos de efectivo obtenidos la inversión se recuperaría en 4 años con todas sus ventas

PAPELERÍA, MERCERÍA Y REGALOS					
CASO DE NEGOCIOS (IMPACTO SOCIAL)					
MEGA:	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1.- Supervivencia					
*Empresarialidad social y familiar					
Generación de Microempresa	\$ 133,719	\$ 137,062	\$ 140,488	\$ 144,001	\$ 147,601
*Ingreso Per-cápita					
Incremento P. Adquisitivo en vestido	1,000	1,008	1,017	1,025	1,034
Incremento P. Adquisitivo Educación	1,000	1,008	1,017	1,025	1,034
Incremento P. Adquisitivo Salud	500	504	508	513	517
*Incremento en el empleo					
Puesto de trabajo Indirecto	1	-	-	1	1
Puesto de trabajo Directo	3	-	-	1	2
Ingreso medio anual indirecto	51				
Ingreso medio anual directo	77				
Ingreso puesto de trabajo Indirecto	51	-	-	1,530	1,530
Ingreso puesto de trabajo directo	230	-	-	2,295	4,590
SUBTOTAL		139,583	143,030	150,390	156,308
2.- Bienestar.					
Disminución Pobreza alimentaria	1,500	1,509	1,519	1,528	1,538
SUBTOTAL		1,509	1,519	1,528	1,538
RESULTADO MEGA		141,092	144,549	151,919	157,846
MACRO:					
Incremento en las ventas	11,539	11,827	12,123	12,426	12,737
RESULTADO MACRO		11,827	12,123	12,426	12,737

MICROENTORNO:					
Capacitación p/ microempresario	10,000	2,500	2,500	2,500	2,500
40hrs - 250 c/u					
TOTAL MICRO		2,500	2,500	2,500	2,500
GASTOS					
Inversión en Mejora	\$ 10,000				
Gastos operativos	25,000				
TOTAL GASTOS	\$ 35,000				

Resultado Neto Convencional		- 20,673	- 20,377	- 20,074	- 19,763
R. Macro+ Micro – Gastos					
Resultado Neto Mega		120,420	124,172	131,845	138,082
R. Mega+ R. Macro + R. Micro – RNC					
Rendimiento de Inversión (ROI)		3	4	4	4
RNM/ GASTOS					

RECOMENDACIONES

Es necesario desarrollar una serie de recomendaciones para hacer mas efectiva la toma de decisiones. Para ello se tomarán aspectos ya descritos anteriormente.

- Invertir constantemente en la mejora de la imagen de la empresa.
- Promocionar la empresa por todos los medios posibles y necesarios, para tener mayor atracción de clientes.
- Incrementar el número de artículos de manera constante y así ofrecer mayor variedad al cliente.
- Poseer un registro de cada producto que entra y sale a la empresa, este control eficientará sus operaciones de manera significativa.
- Mantener un fondo de caja chica, únicamente para posibles contingencias que se puedan presentar.
- Ofrecer el servicio de impresión.
- Adquirir una maquina registradora que destine los recursos hacia donde deban de ir, esto con el fin de controlar los ingresos y cuales son mayores, si en papelería, mercería o regalos.
- Contratar uno o dos empleados, con el objetivo de tener más dedicación hacia su persona, hacia su empresa y a su constante capacitación, además de tener en cuenta que beneficiará en cierta medida a la misma sociedad en la que se encuentra.
- Mantener un reacomodo constante de estantes, poniendo a la vista lo mas importante y lo mas vistoso.
- Cambiar el mobiliario, ya que el actual esta un poco acabado, y es mejor asegurar con muebles mas sofisticados.

- Poner más atención a las necesidades del cliente, mayor atención a la competencia y un mejor acercamiento para con ellos.
- Explotar más mercado del que actualmente posee, incrementándolo en 9 calles más a la redonda.
- No dejar de promocionar año con año, esto debe ser por los menos cada 6 meses, con ello es posible refrescar la memoria del cliente.

CONCLUSIÓN

Una vez desarrollado el plan de negocio, ha sido fundamental entender la importancia de realizar un estudio detallado, de cada aspecto que esté directamente relacionado con las operaciones de la empresa. Es por ello que una vez obtenida la información a través de la empresa Papelería, Mercería y Regalos, se siguió a depurar la misma y a dirigirla hacia donde le corresponde, por ello fue vital tener trato directo con el empresario, con los clientes y la misma competencia.

Se ha logrado detallar como ha ido trabajando en el transcurso desde su creación, ya que con la implementación de técnicas de análisis, ayudan a determinar que la empresa esta bien plantada dentro de su territorio, con sus clientes, y sumamente fuerte en relación con su competencia. Por ello se indica que las utilidades de la empresa están a la espera de seguir creciendo conforme siguen los días, sin embargo esto será mas provecho si se implementan técnicas de desarrollo, como las que se han recomendado, o de igual forma otras que estén dentro de los planes de usted empresario.

Por último cabe resaltar que la empresa constituye una fuente de apoyo para la sociedad, ya que una vez medido su impacto social, ha logrado determinar la rentabilidad de permanecer y seguir invirtiendo en el desarrollo de su negocio. Satisface las necesidades de sus clientes, de sus intereses propios y de terceros, puesto que de hay que recordar

que la permanencia de la empresa, le da permanencia a las demás, por lo tanto el apoyo al desarrollo económico de la región y el país, forma parte de la papelería, la cual tiene expectativas de crecimiento por todos los aspectos desarrollados anteriormente.

BIBLIOGRAFIA:

Kaufman Roger, Mega Planning, Practical Tools for Organizational Success, Business Case, Social Impact, Sage Publications, Inc., 2000

H. Ayuntamiento de Cajeme, Anuario Estadístico 2005, en:
www.cajeme.gob.mx

Metodología para Plan de Negocios de Nacional Financiera, Banca de Desarrollo, Fundamentos de Negocio, en:
<http://www.nafin.com/portalnf/?action=content§ionID=3&catID=114>