



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN

TESIS

**“LAS PYMES COMO HERRAMIENTA BÁSICA PARA
DESARROLLO DE COMERCIALIZADORA DE ENCERES
MENORES PARA EL HOGAR”**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
INGENIERO INDUSTRIAL**

ROGELIO JAIR MOTA PÉREZ

ASESOR:

ING. FRANCISCO RAÚL ORTIZ GONZÁLEZ

San Juan de Aragón, Edo. de Méx, 2017





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I LA ECONOMÍA INFORMAL	
1.1 GENERALIDADES.....	4
1.2 LA ECONOMÍA SUBTERRÁNEA.....	5
1.3 LA ECONOMÍA SUBTERRÁNEA EN MÉXICO.....	6
1.4 LA CRISIS ECONÓMICA EN MÉXICO.....	7
1.5 DEVALUACIÓN DEL PESO.....	9
1.6 INFLACIÓN DE LOS PRECIOS.....	11
1.7 TIPOS DE TRABAJOS INFORMALES.....	12
1.8 CAUSANTES DE LA ECONOMÍA SUBTERRÁNEA.....	14
1.9 ALTO ÍNDICE DE DESEMPLEO.....	15
1.10 BAJOS SALARIOS.....	16
1.11 SALARIO MÍNIMO.....	18
1.12 CANASTA BÁSICA.....	20
1.13 SALARIOS MÍNIMOS PROFESIONALES.....	22
1.14 CORRUPCIÓN BUROCRÁTICA.....	24
1.15 CONSECUENCIAS DE LA ECONOMÍA SUBTERRÁNEA.....	25
CAPÍTULO 2 LAS PYMES	
2.1 GENERALIDADES.....	27
2.2 LOS SECTORES ECONÓMICOS.....	28
2.2.1 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS.....	30

2.2.1.1 TIPOS DE EMPRESAS DE ACUERDO A SU FORMA JURÍDICA.....	31
2.2.1.2 TIPOS DE EMPRESAS DE ACUERDO A SU TAMAÑO.....	31
2.2.1.3 DE ACUERDO A SU ACTIVIDAD.....	32
2.2.1.4 DE ACUERDO A LA PROCEDENCIA DEL CAPITAL.....	33
2.3 PYMES.....	33
2.3.1 CLASIFICACIÓN DE LAS PYMES.....	35
2.3.2 IMPORTANCIA DE LAS PYMES.....	37
2.3.3 CARACTERÍSTICAS DE LAS PYMES.....	38
2.4 VENTAJAS DE LAS PYMES.....	40
2.4.1 DESVENTAJAS DE LAS PYMES.....	42
2.5 LAS PYMES COMO GENERADORES DE EMPLEO.....	44
2.6 PROBLEMÁTICAS DE LAS PYMES.....	59
2.7 PROBABLES SOLUCIONES A LAS PROBLEMÁTICAS DE LAS PYMES.....	52
2.8 ESTADÍSTICAS DE LAS PYMES.....	53
2.9 ACCIONES DEL GOBIERNO ANTE LAS PYMES.....	57
CAPÍTULO 3 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	
3.1 ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA.....	59
3.1.1 TIPOS DE ESTRATEGIAS.....	59
3.2 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	60
3.2.1 ETAPAS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	61
3.2.1.1 DECLARACIÓN DE VISIÓN, MISIÓN Y VALORES.....	61

3.2.2 ANÁLISIS EXTERNO.....	62
3.2.3 ANÁLISIS INTERNO.....	62
3.2.4 ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS A LARGO PLAZO.....	63
3.2.5 FORMULACIÓN, EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE ESTRATÉGIAS.....	64
3.2.6 DISEÑO DE PLANES ESTRATÉGICOS.....	65
3.2.7 IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATÉGIAS.....	66
3.2.8 CONTROL Y EVALUACIÓN DE ESTRATÉGIAS.....	67
3.3 TRÁMITES Y PROCEDIMIENTOS LEGALES PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UNA EMPRESA.....	69
3.3.1 SOLICITUD ANTE LA SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES...	69
3.3.2 PROTOCOLO DEL ACTA CONSTITUTIVA.....	72
3.3.3 INSCRIPCIÓN ANTE EL SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA (SAT).....	73
3.3.4 AVISO NOTARIAL A LA SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES.....	75
3.3.5 PRESENTACIÓN ANTE EL REGISTRO PÚBLICO DE LA PROPIEDAD Y EL COMERCIO.....	75
3.3.6 INSCRIPCIÓN ANTE LA TESORERÍA GENERAL DEL ESTADO...	75
3.3.7 SOLICITUD DE USO DE SUELO ANTE EL ESTADO.....	76
3.3.8 REGISTRO PATRONAL ANTE EL IMSS E INFONAVIT.....	77
3.3.9 REGISTRO ANTE LA SECRETARÍA DE SALUD.....	80
3.3.10 INSCRIPCIÓN DE LA COMISIÓN MIXTA DE SEGURIDAD E HIEGENE ANTE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO.....	81

3.3.11 REGISTRÓ ANTE LA COMISIÓN MIXTA DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO.....	82
3.3.12 REGISTRO ANTE SAGARPA.....	83
3.4 INDUSTRIA LIMPIA.....	83
3.4.1 BENEFICIOS DE LA CERTIFICACIÓN DE INDUSTRIA LIMPIA...83	
3.4.2 OBTENER LA CERTIFICACIÓN COMO INDUSTRIA LIMPIA.....	84
CAPÍTULO 4 CRECIMIENTO PARA UNA EMPRESA PEQUEÑA A MEDIANA	
4.1 ORIGENES.....	87
4.2 DESARROLLO.....	88
4.3 ESQUEMA DEL PROCESO DE “CASA AGUILA”.....	89
4.3.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES.....	90
4.4 ABASTECIMIENTO DE PRODUCTOS.....	91
4.5 POLÍTICA PARA LA VENTA DE PRODUCTOS.....	92
4.5.1 PROCEDIMEINTO DE VENTAS.....	93
4.6 COBRO DE LOS ARTÍCULOS Y PRODUCTOS.....	102
4.6.1 PROCEDIMIENTO.....	104
4.7 CÁTALOGO DE ARTÍCULOS DE “CASA AGUILA”.....	107
4.8 DESARROLLO HISTORIA DE LA DEMANDA DE PRODUCTOS.....	110
4.8.1 PLAN DE CRECIMIENTO A 20 AÑOS (2017-2036).....	111
4.9 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	115
CONCLUSIONES.....	118
BIBLIOGRAFÍA.....	123

MESOGRAFÍA.....125

INTRODUCCIÓN

México a lo largo de su historia ha demostrado ser un país con una extensa riqueza cultural, así como de sus enormes recursos naturales con los que cuenta en toda la extensión de su territorio.

Con el paso del tiempo esto ha aprovechado por grupos de personas que han contado con una visión de negocio, que se han arriesgado a emprender un negocio el cual pudiese o no ser redituable.

Este acontecimiento se ha transformado sustancialmente con el pasar de los años, inicialmente el modelo de negocios que se practicaba dentro del territorio nacional era por medio del “Trueque” es decir el intercambio de bienes o servicios por algún otro producto o servicio del cual se requiriera, esto sin la necesidad de tener una moneda como tipo de cambio para darle un valor a un producto o servicio.

Con la llegada de la moneda y el mercado extranjero, el negocio se ve alterado en su naturaleza, los comerciantes se ven afectados por este cambio y muchos de los negocios son obligados a cerrar por falta de oportunidad y de crecimiento.

Con la industrialización y dándole la formalidad a las actividades que radican como un complejo que genera riqueza a través de bienes o servicios, se ven obstaculizadas los pequeños comercios y negocios establecidos en los principales puntos del país; dichos puntos como mercados o calzadas desaparecen o se ven en la necesidad de transformarse para poder sobrevivir al cambio al que se enfrentaban.

En la llamada época moderna del país y desarrollado industrialmente en gran parte de su territorio, México cuenta con una fuerza laboral de las más grandes del mundo, esto debido al gran número de habitantes con los que cuenta el país. Esto nos haría suponer que México debería de ser una potencia económica a nivel mundial aprovechando toda la riqueza natural que se extiende a través de todo el territorio pero esto no sucede así en la actualidad.

A pesar de tener todo para ser una potencia, existen factores de suma importancia que han frenado el desarrollo industrial nacional y que han obstaculizado el desarrollo de los pequeños negocios que van surgiendo de manera paulatina, algunos de estos factores importantes son:

- *Monopolios*
- *Bajos salarios industriales*
- *Burocracia*
- *Tramites extensos*
- *Corrupción*
- *Falta de apoyo por parte del gobierno*
- *Poca credibilidad o confianza*
- *Desempleo*

Entre algunos otros puntos importantes podemos destacar los mencionados con anterioridad.

No puede generalizar ni decir que en el 100% de los casos, pero en su mayoría esto ha desarrollado un fenómeno que si bien no es nuevo, ha ido creciendo de manera exponencial en los últimos años, el fenómeno es el llamado “Comercio informal” el cual representa aproximadamente más del 50% de ocupación entre los habitantes del país.

El tipo de actividades que están dentro de la informalidad son todas aquellas que generan riqueza, ya sea poca mucha pero que no se reporta ante alguna estancia oficial, es decir que no aportan los impuestos que marca la ley, como por ejemplo:

- *Comerciantes ambulantes*
- *Talleres clandestinos*
- *Pequeñas manufactureras*

Esto quiere decir que poco más del 50% del dinero que se maneja a nivel nacional, no se ve reflejado en el producto interno bruto, pues es dinero que no se reporta ante hacienda y por lo tanto no contribuye con los debidos impuestos que se generarían si fuesen actividades registradas.

El dinero que se genera a través del comercio informal y que no es registrado, podría generar beneficios para la nación si es que fuesen manejados de manera correcta y transparente.

Por todo esto, en este trabajo se detallaran los trámites y requerimientos para poder establecer un negocio de manera formal ante la ley, analizando los pros y contras que pueden generar dicho movimiento, generando una proyección en un lapso determinado de tiempo.

1.1 Generalidades

La economía es una ciencia social que estudia las relaciones que tienen que ver con los procesos de producción, intercambio, distribución o el consumo de bienes y servicios, entendidos estos como medios de satisfacción de necesidades humanas y resultado individual y colectivo de la sociedad. Universidad de Puebla. (2011). Economía subterránea. Blogspot. También la económica es el estudio de la conducta humana como una relación entre fines y medios escasos susceptibles de usos alternativos. Robinns, L. (1932). Economía. La Abispa de Chilpancingo.



IMAGEN 1.1 University of Sydney. (2014), Dólar
http://blogs.usyd.edu.au/theoryandpractice/oped_essay/

Después de indagar acerca de las diversas definiciones sobre la economía se ha podido comprobar que es una ciencia social que no tiene una definición única, y cuyo objeto de estudio difiere en la interpretación de diferentes autores, puesto cada uno de



IMAGEN 1.2 Cachanosky. N. (2012), Euro
<https://puntodevistaeconomico.wordpress.com/2012/06/01/es-el-euro-un-buen-sistema/>

los autores que hablan sobre economía difieren en sus conceptos poniendo como ejemplo a Adam Smith, para él la economía “es la naturaleza y la causa de la riqueza de las naciones. David Ricardo entiende que es “la distribución de la riqueza entre las clases sociales”. Según Marx es “la dinámica del surgimiento, el desarrollo y la crisis del capitalismo”. Para Alfred Marshall es “la maximización de la satisfacción individual dado el problema de objetivos múltiples y recursos escasos, y Keynes que es la política que permite alcanzar pleno empleo”.

Como se puede ver existen dificultades en precisar los límites de la economía. Incluso no hay certezas sobre cuando fueron sus comienzos y por lo tanto es complicado dar una definición precisa; pero si es posible determinar los componentes básicos de una definición sobre la economía, esta debe centrarse en el sujeto de la economía, los límites del fenómeno en estudio y la observación del mercado en donde se realizarán las acciones necesarias para corregir un caso en particular.

1.2 La Economía Subterránea

La economía subterránea, es aquella actividad la cual no está registrada por el estado, y afectan el producto interno bruto del país, ya que al no quedar registrada dichas actividades, el estado no percibe dichos ingresos y en las calles se maneja más efectivo que el estado no ve. Universidad de Puebla. (2011). Economía subterránea. Blogspot.

Este es el término utilizado para describir la venta clandestina e ilegal de bienes, productos o servicios, violando la fijación de precios o el racionamiento impuesto por el gobierno o las empresas. (INEGI, 1995-2003)

Es por ello que la economía subterránea comprende toda actividad económica que, en general, estaría sujeta a impuestos si fuera declarada a las autoridades tributarias. (Schneider, 2002)



IMAGEN 1.3 Universidad Autónoma de Puebla.
(1980), economía subterránea

Ahora que se ha podido equiparar diversas definiciones que proporcionan los distintos autores se puede definir entonces el concepto sobre lo que es la economía subterránea, por lo que: “La economía subterránea es toda aquella actividad clandestina o ilegal que no ha sido registrada por algún organismo u autoridad y por lo tanto no contribuye con el producto interno bruto ya que estas actividades no registran pago de impuestos marcados por la ley”.

1.3 La Economía Subterránea en México

A lo largo de la historia de nuestro país la economía subterránea o informal se ha dado desde la época prehispánica, en aquellos tiempos en donde la economía estaba basada en un sistema de compra-venta por medio del trueque, esto se llevaba a cabo en las plazas cada determinado tiempo, donde no existían leyes que regularan este tipo de movimientos.

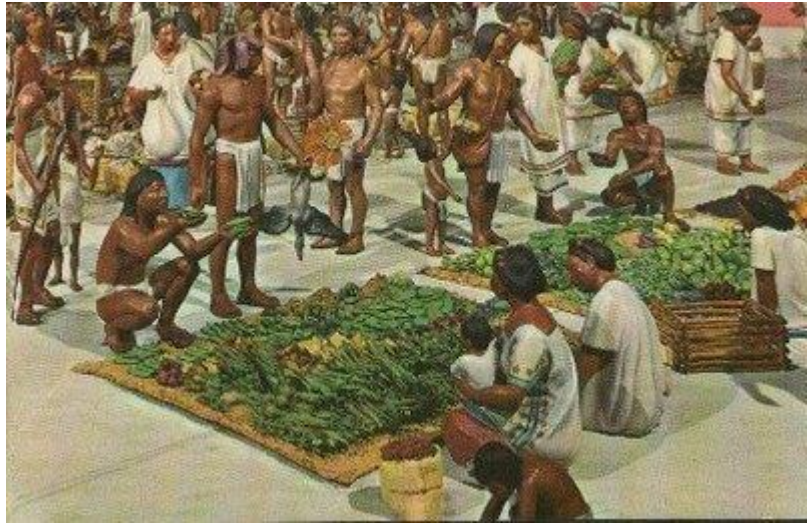


IMAGEN 1.4. Universidad Autónoma de Puebla. (1980), economía subterránea. Trueque de mercancías, <http://ensayoeconomiasubterranea.blogspot.mx/http://ensayoeconomiasubterranea.blogspot.mx/>

En la época moderna ya cuando México Como podemos ver existen dificultades en precisar los límites de la economía. Incluso no hay certezas sobre cuando fueron sus comienzos y por la tonto es complicado dar una definición precisa; pero si es posible determinar los componentes básicos de una definición sobre la economía.

Esta debe centrarse en el sujeto de la economía, los límites del fenómeno en estudio y la observación del mercado en donde se realizarán las acciones necesarias

Para corregir un caso en particular, es un país de manera formal, este tipo de economía aun es utilizada de manera cotidiana, en donde el movimiento de efectivo en puestos ambulantes, tianguis, mercado negro, trabajadores por cuenta propia, empleados domésticos es tan común y cotidiano que no se le daba la mayor importancia y no era sujeto de estudio.

Hoy la economía informal es toda una realidad que no se puede ocultar y es que en 1982, a consecuencia de la crisis económica que sufre la República Mexicana donde este tipo de economía crece de manera acelerada y descontrolada; es cuando a raíz de las nuevas reformas económicas adoptadas tras el periodo de sustitución de las importaciones que México se convierte en uno de los mayores países que maneja la economía informal.

1.4. La Crisis Económica en México

En 1977 el presidente electo de ese entonces José López Portillo establece un acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI) comprometiéndose a "limitar el endeudamiento público, reducir el medio circulante, restringir el gasto público, fijar topes a los aumentos de salario, liberalizar el comercio exterior y limitar el crecimiento del sector paraestatal de la economía". (Kuczynski, 1974).

Sólo durante un año el gobierno mexicano cumplió con lo pactado pues con el descubrimiento de los yacimientos petroleros, la política económica sufrió considerables modificaciones; por ejemplo en el rubro de las inversiones el Estado orientó sus esfuerzos en la construcción de una infraestructura petrolera.

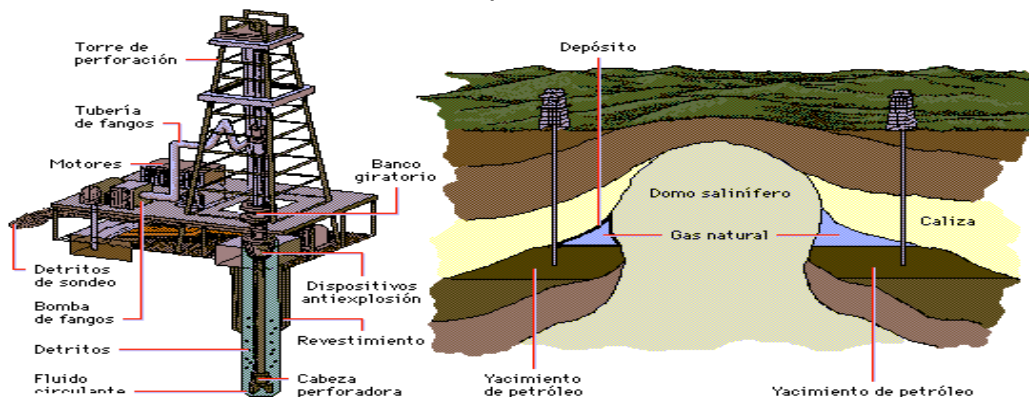


IMAGEN 1.5 Villamizar, R.(2014). pozos para cuñeros. Torre de extracción. <https://es.scribd.com/doc/244007311/PERFORACION-DE->

Pero a pesar de la recuperación el fenómeno no benefició directamente a la población, pues sus salarios se mantuvieron sin grandes modificaciones, peor aún, a esto se le impusieron los llamados topes salariales, que según la versión oficial, no perjudicaban gravemente a los asalariados, pues se había incrementado la oferta de empleos.

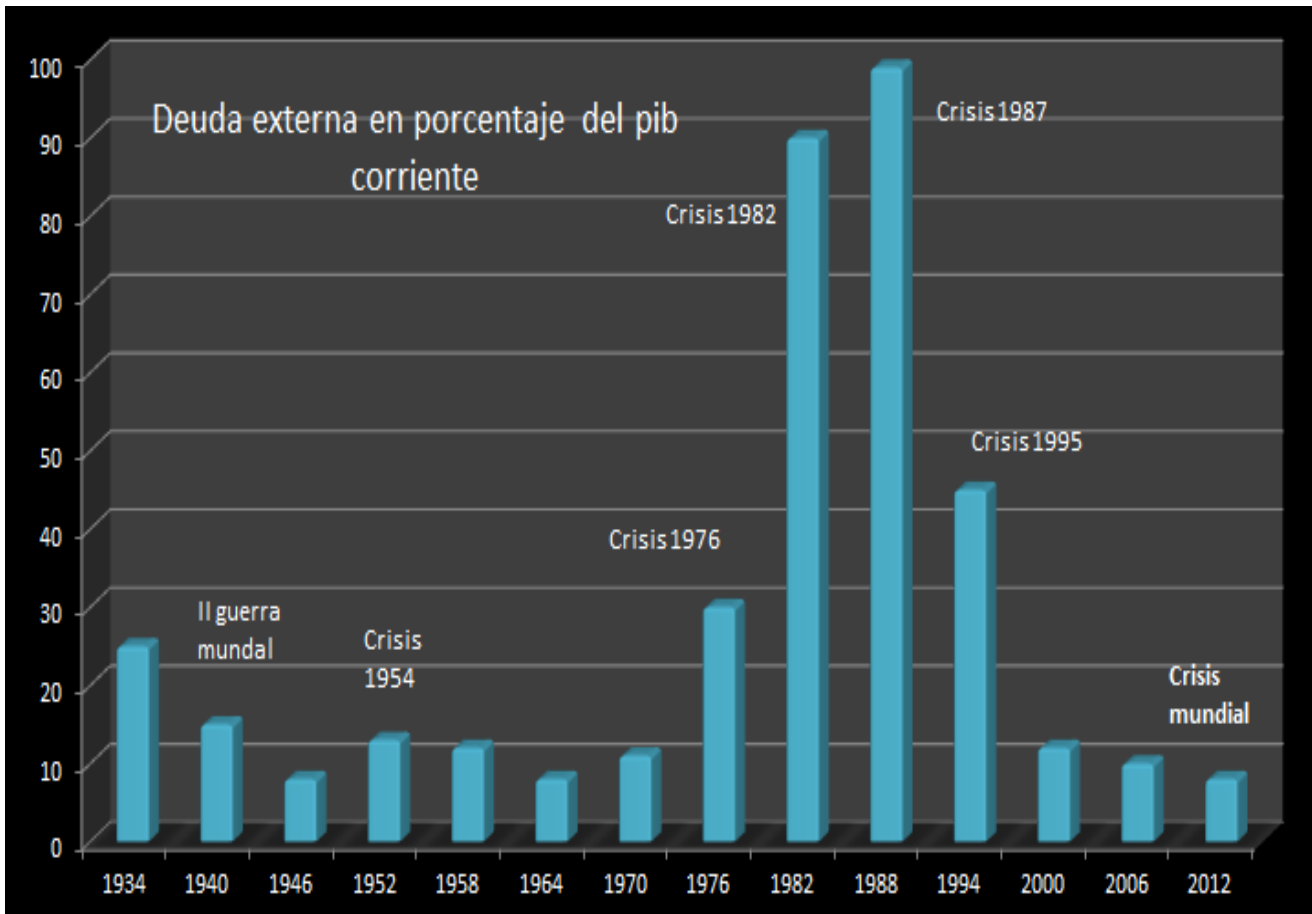
La reacción natural a este hecho fue, entre otras, fue la migración hacia Estados Unidos lugar donde podrían obtener los recursos suficientes para allegarse de bienes materiales.

El perfil de los inmigrantes era el de mayoría masculina que tenían entre 16 y 30 años, cuyo estado civil es de soltero; es decir, el sector con mayor capacidad productiva que no encontraba en su país empleos bien remunerados, pues en México durante 1978, el salario mínimo se mantuvo en \$ 107.11 pesos M. N., registrando un ascenso de \$15.96 pesos M. N., para 1979.

El gobierno autorizó el incremento del salario aunque un sector considerable de la sociedad tenía que enfrentar el creciente desempleo producido por el cierre de diversas empresas, que tan sólo en el ramo de las maquiladoras fue de 1620 industrias. (Alatorre, 2006).

Para los empresarios el alza en el salario "contradecía la meta propuesta de mantener un tipo de cambio realista y precios estables, de modo que la fuga de capitales se aceleró ante lo que percibían los agentes económicos como un programa de ajuste contradictorio por lo que la fuga de capitales continuó su tendencia ascendente.

Resultado de esto fue que en agosto de 1982 se incrementaron los precios en los productos básicos; lo que propicio que la gente buscara los medios necesarios para poder sustentar las necesidades básicas que en ese momento resultaba demasiado complicado por la situación por la que atravesaba el país.



GRÁFICA 1.1 13 Sexenios presidenciales en México (1994-2012).

1.5. Devaluación del peso

Es del conocimiento de todos que a lo largo de la historia de México la moneda nacional ha sufrido graves cambios en cuanto a su valor adquisitivo sobre bienes y servicios. Pero que es la devaluación, se ha definido como *“La disminución o pérdida del valor nominal de una moneda corriente frente a otras monedas extranjeras”*.

En el caso de México, sería la reducción del valor del Peso vs el Dólar, el Euro, la Libra Esterlina, el Yen y en general cualquier moneda de otro país.” Pizano, D. (1980). *Acreeedores del pensamiento Económico*. México. Fondo de Cultura Económica.

Es decir que la devaluación es una reducción sobre el valor nominal de una moneda nacional en comparación con monedas extranjeras.

La devaluación es causada por que existe un incremento en la demanda de la moneda extranjera; este aumento de la demanda se debe entre otras cosas a:

- Falta de confianza en la moneda local.
- Déficit en la balanza comercial.
- Decisión del banco central.

En la historia de nuestro país, nuestra moneda ha sufrido un gran número de devaluaciones, desde el año 1948 hasta la fecha el peso se ha devaluado de una manera desmesurada, es decir que anteriormente un dólar un México equivalía a 4.85 pesos y al contrario de lo que podemos observar hoy por hoy un dólar cuesta alrededor de \$14.00 pesos mexicanos, es decir que en poco más de 60 años el peso se a devaluado más de un doscientos por ciento, algo sin precedentes.

A consecuencia de estas constantes devaluaciones hace más costosas las importaciones, es decir que hace falta una mayor cantidad de la divisa nacional para poder comprar divisa extranjera y por lo tanto poder importar bienes o servicios.



IMAGEN 1.6 Devaluación o revaluación anual del peso mexicano frente al dólar estadounidense.

En consecuencia de esto el peso pierde poder adquisitivo sobre los productos y bienes importados y es más difícil poder adquirirlos con el sueldo promedio de un trabajo formal.

1.6. Inflación de los precios

Una de las otras realidades que no se pueden ocultar en la historia de México es la inflación que han sufrido los precios de bienes y servicios que son indispensables para poder vivir de una manera adecuada en este país. La inflación de los precios se refiere a “El aumento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios en un país”. (Economía, 2009). Esto quiere decir que es la cantidad en la que los precios aumentan en forma general en cuanto a los bienes y servicios de un país, esta inflación es medida a través del Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) la cual utiliza el crecimiento porcentual de la canasta básica bien ponderada

Año	Pesos x Dólar antes	Pesos x Dólar después	Devaluación
1948-1949	4.85	8.65	78%
1954	8.65	12.50	45%
1976	12.50	20.60	65%
1976-1982	20.60	70.00	240%
1982-1988	70.00	2,285.00	3,144%
1988-1994	2,285.00	3,450.00	51%
1994-2000	3.45	9.45	174%
2000-2006	9.45	11.00	16.4%
2006-2012	11.00	13.01	18.3%

TABLA 1.1 Economía. (2009). Devaluación del peso desde 1948 hasta 2012.
Gráfica. <http://www.economia48.com/spa/d/economia/economia.htm>

La inflación se origina principalmente por:

- Por consumo o demanda.- Obedece a la ley de la oferta y la demanda. Si la demanda de bienes excede la capacidad de producción o importación de bienes, los precios tienden a aumentar.
- Por costos.- Ocurre cuando el precio de las materias primas aumenta.
- Autoconstruida.- Ocurre cuando se prevé un fuerte incremento futuro de precios, y entonces se comienzan a ajustar éstos desde antes para que el aumento sea gradual.

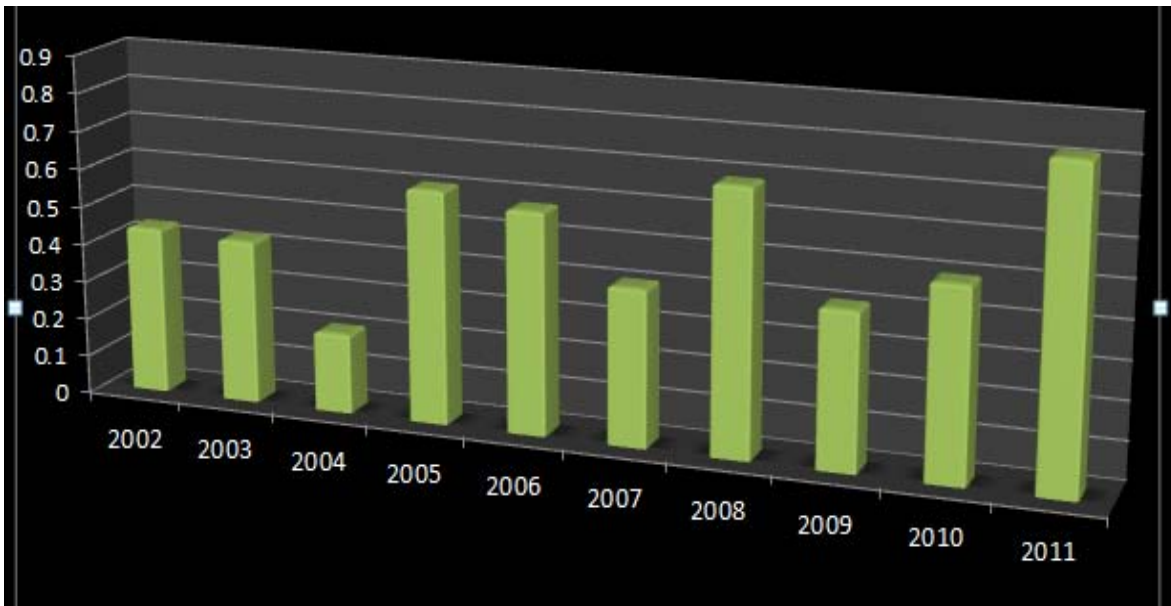
Entonces cuando un producto ya sea de bien o de servicio es mucho más complicado para poder cubrir sus necesidades básicas, esto es un gran problema en la economía de los mexicanos puesto que mientras los precios suben el salario mínimo se mantiene prácticamente igual lo que hace que sea cada vez más complicado poder adquirir productos básicos como los que marca la canasta básica.

Entonces lo que se puede comprobar con todo esto es que cada vez se vuelve mucho más complicado para el mexicano poder satisfacer sus necesidades básicas de una manera laborando de manera formal pues to que no alcanza, a raíz de esto las personas buscan la manera de poder percibir un ingreso mayor que pueda cubrir mejor sus necesidades a pesar de que sea una actividades que este fuera de la ley.

1.7. Tipos de trabajos informales

“Los trabajos informales son aquellas actividades económicas que, sin ser criminales, tampoco están totalmente registradas, reguladas y fiscalizadas por el estado en los mismos espacios en que otras actividades similares si lo están”. Copyring. (2009). Economía. México. All Rinhs

Una vez que se tiene la idea sobre lo que es una economía subterránea o informal hay que identificar cuáles son los tipos de trabajos informales que se encuentran en actividad dentro de nuestro país; para que una vez que sean identificados poder abordar con más detalle él porque es el surgimiento y las causas de dichos trabajos informales.



GRÁFICA 1.2 Economía de México. (2011). Índice Nacional de Precios al Consumidor (2002-2011). Gráfica

Actividades ilegales.- Estas actividades son aquellas que están penadas por la ley, puesto que infringen de alguna u otra manera normas establecidas por las autoridades correspondientes y por consecuente si son realizadas ameritaran una sanción legal, ya sea una sanción económica o privación de la libertad; dichas actividades son una realidad en México y pueden ser entre otras:

- *Contrabando de mercancías.*
- *Juegos ilegales.*
- *Trafico de drogas.*
- *Prostitución.*
- *Piratería.*
- *Estafas*

- Actividades legales.- Este tipo de actividades son aquellas que no infringen ningún tipo de norma o ley marcada en la constitución y por lo tanto no ameritan sanción, algunas de las actividades legales informales entre otras son:
 - *Trabajos no registrados con pago en efectivo.*
 - *Trueque de bienes o servicios.*
 - *Prestamos por fuera del mercado financiero.*
 - *Transacciones de bienes o servicios no reportadas.*
 - *Trabajadores por cuenta propia no registrados.*

Los bajos ingresos que les reporta la informalidad impide mejorar el nivel de vida, de las personas haciéndolos improductivos; por lo tanto, la posibilidad de acceder a actividades más calificadas y remuneradas, que les permitiría mejorar su nivel de vida, se complica. Es decir, existe una enorme variedad de trabajos informales en México ya sean de forma legal o ilegal, desde la señora que limpia casas ajenas hasta el comerciante ambulante; todos, están laborando fuera del margen de la ley, lo que provoca que no cuenten con seguridad social, prestaciones y otras condiciones que les podría ofrecer un trabajo de carácter formal pese a los bajos salarios.

1.8. Causantes de la Economía Subterránea

La existencia de actividades informales o subterráneas es una realidad en México así como en todo el mundo y obedece a múltiples factores que incentivan su presencia y desarrollo, que en algunos casos están interrelacionados entre sí. Múltiples estudios realizados en diversas universidades de distintos países han identificado los siguientes factores que son los principales factores causantes de la informalidad o economía subterránea, tales como:

- Exceso de regulaciones y trámites.
- Alto índice de desempleo.
- Bajos salarios.

- Migración rural-urbana.
- Desigualdad de ingresos y de oportunidades.
- Corrupción burocrática.

En México, todos estos factores inciden en la informalidad y algunos están claramente interrelacionados, de tal manera que propician que esta economía vaya en aumento día con día, es por esto que debemos abordar cada uno de estos puntos para tener más en claro que es lo que se está haciendo mal y que es lo que se puede corregir.

Así podemos comprobar que la falta de agilidad de los trámites y los costos elevados en México son un freno para la gente que busca formalizar un negocio.

1.9. Alto Índice de Desempleo

Otro de los factores importantes para que le economía subterránea se desarrolle a un ritmo tan acelerado y desmesurado como lo que está ocurriendo en México es indudablemente el alto índice de desempleo el que sufre el país.

El desempleo se define como “La situación del grupo de personas en edad de trabajar que en la actualidad no tienen empleo aun cuando se encuentran disponibles para trabajar y han buscado trabajo durante un periodo determinado”. (Leandro, 2009).

El desempleo en México afecto en el año 2012, a poco más de 2 millones 681 mil personas lo que representa el 5.1 por ciento que se encuentran en edad y condición para poder desempeñar algún tipo de trabajo sin dificultad. Por otro lado los jóvenes que buscan un trabajo formal alcanzaron un 10 % de la población en desempleo es decir prácticamente el doble de la tasa nacional.

OCDE (Organización para Cooperación y el Desarrollo Económico, 2012)

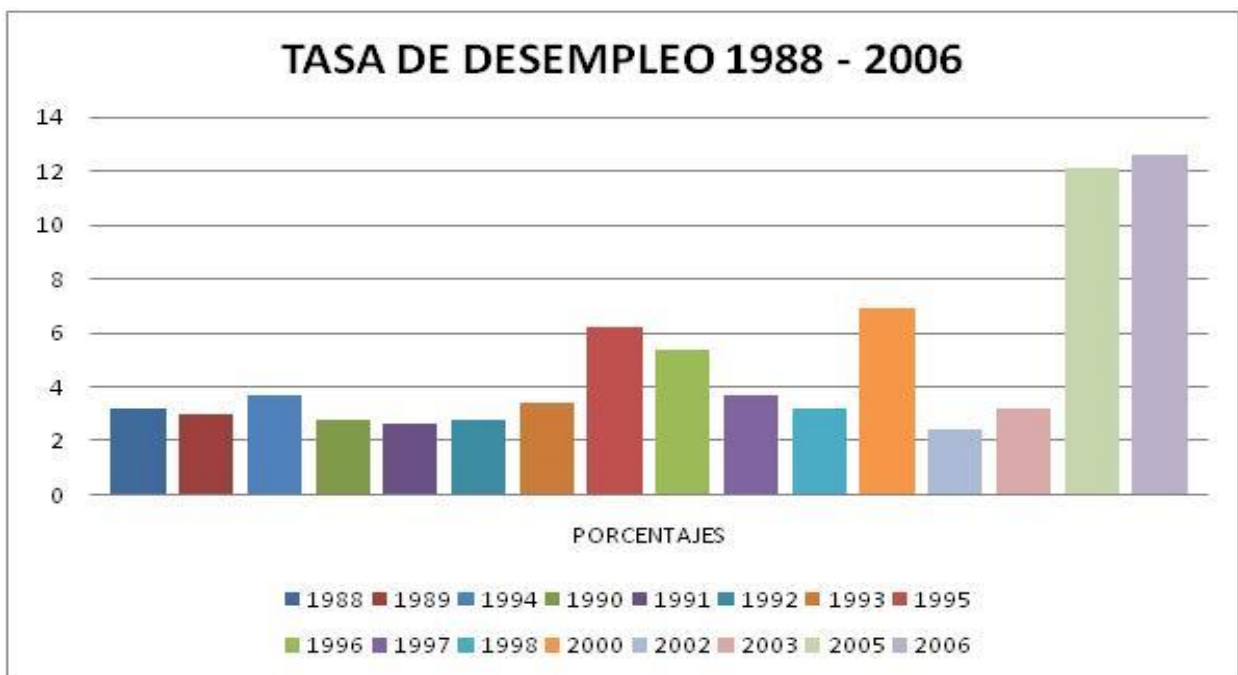
Otro dato por demás interesante que nos revela la OCDE es que de cada 10 personas que se encuentran en edad y condición para poder trabajar prefiere desempeñarse en labores informales es decir en economías subterránea. (jornada, 2013).

Como se puede observar en la gráfica 1.3 que se presentan a continuación, el índice de personas físicas que tienen la edad y condición adecuada para trabajar de manera formal que se encuentran desempleadas se mantiene prácticamente igual desde 1988 hasta el 2013 en donde en promedio el 6 % de la población mexicana se encuentra desempleada esto quiere decir que alrededor de 3 millones de mexicanos tiene una fuente segura de trabajo que le brinde atención social como lo marca la ley.

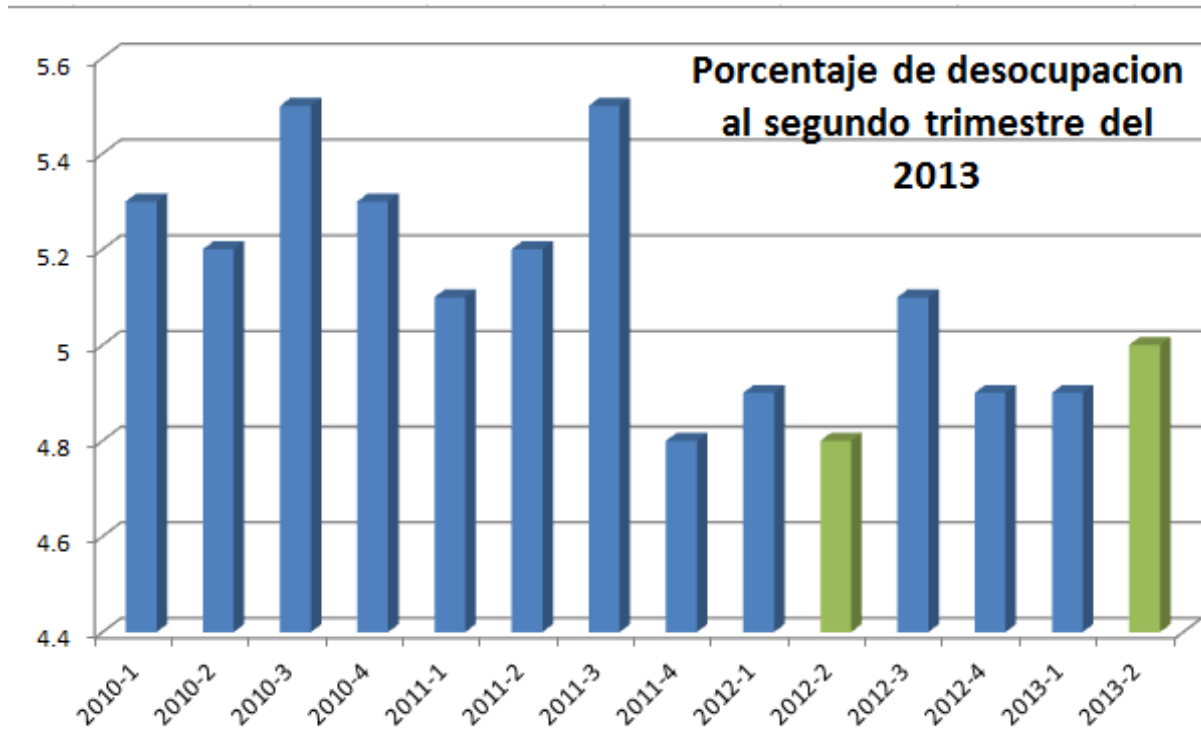
El alto índice de desempleo por el que ha atravesado México a lo largo del tiempo es uno de los factores más relevantes para que las personas prefieran laborar en las economías informales o subterráneas las cuales son hoy por hoy toda una realidad en nuestro país.

1.10. Bajos Salarios

En este apartado se aborda el tema del salario que perciben en promedio los mexicanos, esto porque que los bajos salarios que se perciben en los trabajos formales son demasiados bajos en comparación con el costo de los productos básicos que se necesitan para poder vivir de una manera digna, lo que propicie que las personas prefieran laborar en actividades informales que están fuera de la ley; pues en estas actividades, obtienen mayores ingresos que en un trabajo formal.



GRÁFICA 1.3 Economía de México.(2016).Tasa de desempleo 1988-2006. Gráfica.



GRÁFICA 1.4 Economía de México. (2016).Desempleo en el segundo trimestre de 2013. Gráfica.

Para ello es necesario definir como salario a *“la retribución que recibe un trabajador por los servicios prestados a su empleador durante un lapso de tiempo estipulado y bajo una remuneración pactada”* (minimo, 2013).

Es decir que un salario es una remuneración económica a cambio de trabajar un número de horas establecidas previamente bajo un contrato que cumpla con las leyes marcadas por la Ley Federal del Trabajo en donde se estipulan las normas que se deben de cumplir entre trabajadores y patrones. Cabe aclarar que el salario final que se cobra, viene con una serie de deducciones como las aportaciones a la seguridad social entre otros que terminaran por ser el sueldo neto percibido.

El concepto de salario es muy general pues recordemos que no todos perciben la misma cantidad de dinero por las actividades que realizan y que no todos laboran el mismo número de horas, es por esto que se estableció un salario mínimo que es establecido por cada país en donde se estipula en número de horas mínimas mensuales por lo que nadie podrá ganar menos que lo establecido por la ley de cada país.



Victoria. Mx. (2011). Peso mexicano. Moneda Nacional.

<http://periodicovictoria.mx/nacional/peso-mexicano-la-divisa-depreciada/>

1.11 Salario Mínimo

Otro de los factores importantes causantes de la economía informal, además de los ya mencionados es el “salario mínimo”, Pues, al parecer en México el salario mínimo que perciben los trabajadores promedio es demasiado bajo para poder satisfacer las necesidades básicas que se requieren para poder desarrollarse de manera adecuada; lo que propicia de manera inmediata que las personas obtén por buscar una fuente de ingresos que sea mayor a la que recibirían en un trabajo formal.

Para ello hay que definir lo que es un salario mínimo. Es por ello que el artículo 90 de la Ley Federal del Trabajo, define al salario mínimo como “*La cantidad menor que debe recibir en efectivo el trabajador por los servicios prestados en una jornada de trabajo*”. Es decir que es la cantidad mínima de dinero que debe de recibir un trabajador por las actividades o servicios prestados a una organización en una jornada normal de trabajo previamente establecida a través de un contrato según lo marca la ley. Secretaria del trabajo. (2014). Trabajo y previsión social. México.

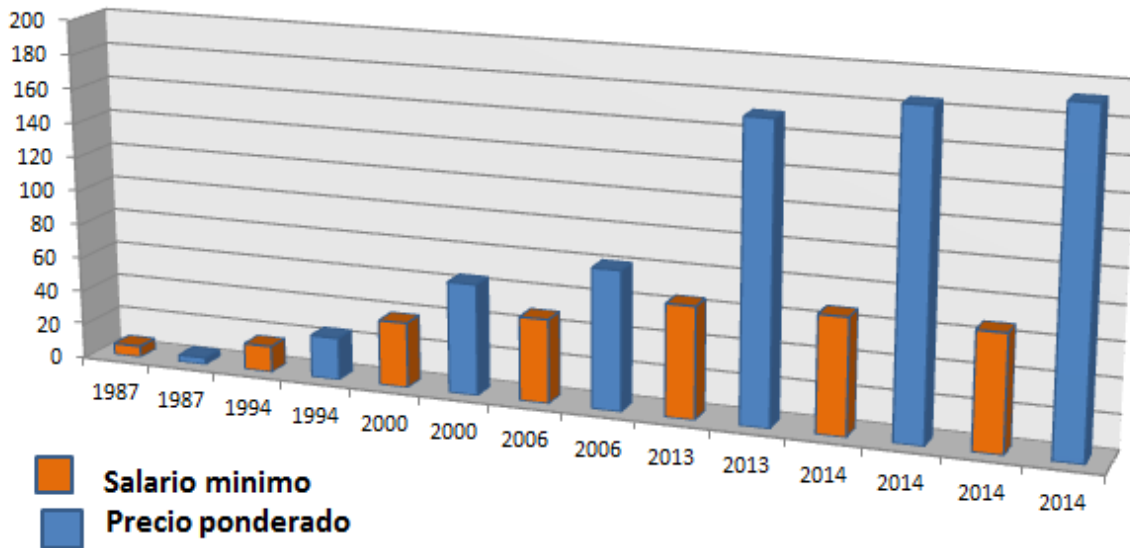
Además se menciona en dicho artículo que el salario mínimo debe de ser suficiente para satisfacer las necesidades normales de un jefe de familia en el orden material, cultural, social y educación para los hijos. En el año 2013 el Consejo de Representantes de la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos, estableció una nueva categorización de los salarios mínimos en dos áreas geográficas el cual además reflejo un aumento del 3.9 por ciento del salario anterior. (minimos, 2013). Siendo estos los siguientes:

- Zona A 67.28 pesos diarios
- Zona B 63.77 pesos diarios



IMAGEN 1.7 Etnias de México. (2008). Mapa de la Republica. La República Mexicana y sus dos áreas geográficas para los salarios mínimos 2014. <http://etniasdemexico.blogspot.mx/2008/04/mapa-de-la-republica-mexicana.html>

Salario mínimo vs Precio ponderado 1987-2014



GRÁFICA 1.5 Economía de México. (2016).Salario mínimo nominal diario vs. Precio ponderado del Centro de Análisis Multidisciplinario (CAM) de la UNAM en agosto de 2014. Gráfica

Como se puede observar entonces, el bajo salario mínimo que se percibe por ley en un trabajo formal es en promedio de 65 pesos diarios, lo que en realidad es muy poco para los precios de los productos básicos que se manejan en este país; por lo tanto las personas buscan otras fuentes de ingresos mayores que puedan satisfacer sus necesidades básicas a pesar de que estas actividades se encuentren fuera de la ley.

1.12. Canasta Básica

Hasta estos momentos se puede observar que todos los puntos que se han abordado están ligados unos con otros; en este caso la canasta básica que marca la ley es de un precio demasiado elevado en comparación con los sueldos mínimos que se perciben en México; es decir que el sueldo mínimo no es para nada suficiente para poder abastecerse de una canasta básica para el hogar.

El Instituto Nacional de Estadística y Geográfica (INEGI) dice que la canasta básica es *“Un subconjunto de la canasta de bienes y servicios del Índice Nacional de Precios al Consumidor. A diferencia de la canasta del INPC, la cual abarca 283 productos genéricos, los bienes y servicios que conforman la canasta básica fueron seleccionados por los representantes de los sectores firmantes del Pacto para la Estabilidad y el Crecimiento Económico (PACTO) a finales de 1988. El objetivo de conocer el comportamiento de los precios de los bienes y servicios que conformaron la canasta básica, era garantizar el cumplimiento de los acuerdos que sobre los precios de bienes y servicios del sector público y privado, establecieron los participantes del PACTO. La canasta básica consideró 82 conceptos genéricos del INPC y abarcó básicamente alimentos elaborados, bienes administrados y concertados, y medicamentos.”* (INEGI, 1995-2003)

Entonces se puede decir que la canasta básica es una serie de productos básicos como alimentos, bienes, concentrados y medicamentos que necesita una familia mexicana para poder vivir de una manera digna y adecuada.

La canasta básica abarca como mínimo 80 productos básicos de los cuales sus precios son variados siguen la zona geográfica y la temporada; pero en promedio para poder abastecer adecuadamente dicha canasta se necesitan según datos de economistas de un monto aproximado de 15 mil 500 pesos M.N. lo que equivale a ocho salarios mensuales, con esto se contrapone con el salario mínimo que hace alrededor de los dos mil doscientos cuarenta y tres pesos para la zona geográfica “A” y, de mil novecientos trece pesos para la zona “B” mensuales.

Es así como podemos comprobar que el salario mínimo en México es demasiado bajo para poder satisfacer las necesidades de la canasta básica, pues con lo que se percibe como mínimo en un trabajo formal no alcanza a cubrir las necesidades básicas que requiere un hogar mexicano; es entonces cuando las personas deciden buscar actividades alternativas llamadas informales para buscar una mayor calidad de vida de la que podrían tener en un trabajo formal.



GRÁFICA 1. 6. Economía de México. (2016).Pie comparativo de canasta básica vs salario mínimo.
Gráfica

1.13. Salarios mínimos profesionales.

Además de los salarios mínimos ya mencionados con anterioridad, también existen los llamados salarios mínimos profesionales; los cuales también son un factor importante para que la economía subterránea exista y siga desarrollándose de manera tan acelerada dentro de nuestro país.

El salario mínimo profesional según lo establece el artículo número 93 de la Ley Federal del Trabajo son *“aquellos que regirán para todos los trabajadores de las ramas de actividad económica, profesiones, oficios o trabajos especiales que se determinen dentro de una o varias áreas geográficas de aplicación”* (minimos, 2013).

Esto quiere decir que es una remuneración económica sobre aquellas actividades profesionales, oficios o trabajos de carácter especial; los cuales son determinados de acuerdo a una o más áreas geográficas donde se aplicaran. Entonces se dice que según el rubro en que cada una de las personas o trabajadores labore, se estipulara un valor

profesional sobre su actividad y además sobre el área geográfica en donde este labore,

SALARIOS MÍNIMOS	ÁREA GEOGRÁFICA		O P. N U M.
	A	B	
	Personas diarias		
Generales:	67.29	63.77	
Profesionales			
1 Albañilería, oficial de	98.05	92.95	1
2 Boticas, farmacias y droguerías, dependiente(a) de mostrador en	85.33	80.95	2
3 Bulldózer y/o traccavo, operador(a) de	103.30	97.74	3
4 Cajero(a) de máquina registradora	86.99	82.70	4
5 Cantinero(a) preparador(a) de bebidas	89.01	84.35	5
6 Carpintero(a) de obra negra	98.05	92.95	6
7 Carpintero(a) en fabricación y reparación de muebles, oficial	96.25	91.09	7
8 Cocinero(a) en restaurantes, fondas y demás establecimientos de preparación y venta de alimentos	99.48	94.20	8
9 Colchones, oficial en fabricación y reparación de	90.00	85.49	9
10 Colocador(a) de mosaicos y azulejos, oficial	95.84	90.86	10
11 Construcción de edificios y casas habitación, yesero(a) en	90.73	86.02	11
12 Cortador(a) en talleres y fábricas de manufactura de calzado, oficial	88.06	83.62	12
13 Costurero(a) en confección de ropa en talleres o fábricas	86.84	82.48	13
14 Costurero(a) en confección de ropa en trabajo a domicilio	89.43	84.71	14
15 Chofer acomodador(a) de automóviles en estacionamientos	91.42	86.52	15
16 Chofer de camión de carga en general	100.35	95.20	16
17 Chofer de camioneta de carga en general	97.18	91.94	17
18 Chofer operador(a) de vehículos con grúa	93.01	88.26	18
19 Draga, operador(a) de	104.37	98.83	19
20 Ebanista en fabricación y reparación de muebles, oficial	97.82	92.61	20
21 Electricista instalador(a) y reparador(a) de instalaciones eléctricas, oficial	95.84	90.86	21
22 Electricista en la reparación de automóviles y camiones, oficial	96.90	91.66	22
23 Electricista reparador(a) de motores y/o generadores en talleres de servicio, oficial	93.01	88.26	23
24 Empleado(a) de góndola, anaquel o sección en tiendas de autoservicio	85.05	80.23	24
25 Encargado(a) de bodega y/o almacén	88.50	83.90	25
26 Ferreterías y tlapalerías, dependiente(a) de mostrador en	90.50	85.66	26
27 Fogonero(a) de calderas de vapor	93.74	88.69	27
28 Gasolinero(a), oficial	86.84	82.48	28
29 Herrería, oficial de	94.46	89.41	29
30 Hojalatero(a) en la reparación de automóviles y camiones, oficial	96.25	91.09	30
31 Lubricador(a) de automóviles, camiones y otros vehículos de motor	87.63	82.87	31
32 Manejador(a) en granja avícola	83.97	79.71	32
33 Maquinaria agrícola, operador(a) de	98.61	93.62	33
34 Máquinas para madera en general, oficial operador(a) de	93.74	88.69	34
35 Mecánico(a) en reparación de automóviles y camiones, oficial	101.67	96.60	35
36 Montador(a) en talleres y fábricas de calzado, oficial	88.06	83.62	36
37 Peluquero(a) y cultur(a) de belleza en general	91.42	86.52	37
38 Pintor(a) de automóviles y camiones, oficial	94.46	89.41	38
39 Pintor(a) de casas, edificios y construcciones en general, oficial	93.74	88.69	39
40 Planchador(a) a máquina en tintorerías, lavanderías y establecimientos similares	86.99	82.70	40
41 Plomero(a) en instalaciones sanitarias, oficial	93.94	89.06	41
42 Radiotécnico(a) reparador(a) de aparatos eléctricos y electrónicos, oficial	97.82	92.61	42
43 Recamarero(a) en hoteles, moteles y otros establecimientos de hospedaje	85.05	80.23	43
44 Refaccionarias de automóviles y camiones, dependiente(a) de mostrador en	88.50	83.90	44
45 Reparador(a) de aparatos eléctricos para el hogar, oficial	92.60	87.68	45
46 Reportero(a) en prensa diaria impresa	201.58	190.77	46
47 Reportero(a) gráfico(a) en prensa diaria impresa	201.58	190.77	47
48 Repostero(a) o pastelero(a)	98.05	92.95	48
49 Sastrería en trabajo a domicilio, oficial de	98.61	93.62	49
50 Secretario(a) auxiliar	101.47	96.18	50
51 Soldador(a) con soplete o con arco eléctrico	96.90	91.66	51
52 Tablajero(a) y/o carnicero(a) en mostrador	91.42	86.52	52
53 Tapicero(a) de vestiduras de automóviles, oficial	93.01	88.26	53
54 Tapicero(a) en reparación de muebles, oficial	93.01	88.26	54
55 Trabajo social, técnico(a) en	110.91	105.05	55
56 Vaquero(a) ordeñador(a) a máquina	85.05	80.23	56
57 Velador(a)	86.84	82.48	57
58 Vendedor(a) de piso de aparatos de uso doméstico	89.43	84.71	58
59 Zapatero(a) en talleres de reparación de calzado, oficial	88.06	83.62	59

TABLA 1.2 La prensa. (2015). Economía. Salarios mínimos profesionales1024.Tabla.

1.14. Corrupción Burocrática

Es toda una realidad que no se puede ocultar que en México existe un enorme índice de corrupción lo cual además de los otros factores que propician la economía subterránea, este es al igual un factor demasiado importante puesto que la corrupción en nuestro país representa un enorme obstáculo lo que propicia a que las oportunidades de trabajo de queden en unas cuantas manos, que los precios de los trámites necesarios para darse de alta se eleven de manera considerable, que se tengan que comprar plazas y licitaciones para poder trabajar entre otras, genera una enorme inconformidad de las personas que buscan laborar de manera formal y en consecuencia de la corrupción burocrática , prefieren optar por laboral de manera informal.

Actualmente según lo establece la Ley Federal del Trabajo en su artículo número 93, se consideran de manera formal 59 profesiones, oficios y trabajos de carácter especial. Secretaria del Trabajo. (2014). Conasami. México. Según el Índice de Percepción de la Corrupción (IPC) México se encuentra en el lugar número 106 de 177 países, con una calificación de 34 puntos en cuanto a la corrupción en el sector público.

Corrupción en el mundo					
Menos corruptos			Mas corruptos		
1	Dinamarca	90	34	Mexico	34
1	Finlandia	90	165	Haiti	19
1	Nueva Zelanda	90	169	Irak	18
4	Suecia	88	170	Turquia	17
5	Singapur	87	170	Uzbekistan	17
6	Suiza	86	172	Birmania	15
7	Australia	85	173	Sudan	13
7	Noruega	85	174	Afganistan	8
9	Canada	84	174	Corea del norte	8
9	Holanda	84	174	Somalia	8

TABLA 1.3 Animal Político. (2015).Percepción de corrupción. La corrupción en el mundo. Tabla.
<http://www.animalpolitico.com/2013/12/mexico-en-el-lugar-106-de-177-del-indice-de-percepcion-de-la-corrupcion/>

Como se observa, a pesar de que México se encuentra en el lugar número 34 de 177 países, existe dentro del territorio nacional un sin número de irregularidades en el sector público y privado; la corrupción, se encuentra en México de manera individual y como organizaciones, las cuales obstaculizan de manera abismal la incorporación laboral de manera formal.

Así entonces la corrupción burocrática es otro de los factores importantes para que la mayoría de la población prefiera laborar de manera informal pues prefieren evadir el desgaste que representa la corrupción burocrática en México.

1.15. Consecuencias de la economía subterránea

Ahora que sabemos cuáles son los factores más sobresalientes que ocasionan que la economía subterránea surja y tenga ese crecimiento y desarrollo tan impresionante, debemos de hacer mención sobre algunas de las consecuencias que ocasiona la actividad económica informal en México, tales como:

- **Baja producción oficial.-** A causa del crecimiento de la economía subterránea las personas abandonan el sector productivo formal buscando mejores oportunidades de vida, en consecuencia la mano de obra oficial disminuye de manera acelerada lo que ocasiona una depresión de la tasa oficial del crecimiento en la económico.
- **Depresión del PIB.-** La depresión del PIB (Producto Interno Bruto) a causa de una economía informal es toda una realidad, por lo tanto esta depresión en el PIB ocasiona con el paso del tiempo un incremento en los gatos tributarios, lo que a su vez provocaría constantes incrementos en los precios de bienes y servicios así como la devaluación constante de la moneda nacional.
- **Servicios Públicos.-** Otra de las consecuencias sobre salientes que ocasiona una economía informal se ve reflejada en los servicios públicos puesto que se reducen los gastos fiscales y a causa de esto se reduce la capacidad a los gobiernos para poder suministrar de bienes y servicios a la nación.

- Elevación de impuestos.- A consecuencia de una economía cambiante y desbalanceada el gobierno busca cubrir los espacios económicos que deja la economía subterránea elevando los impuestos a la renta a las personas físicas y de las sociedades.

Por lo que es entonces que el crecimiento desmesurado de la actividad economía informal, es un fenómeno que nos afecta a todos y a cada una de los mexicanos, pues vivimos inmersos día con día en esta economía. Directa o indirectamente somos partícipes de estas actividades, las cuales tienen serias repercusiones en la economía de ya que la economía subterránea o informal tiene en términos económicos, políticos y sociales resultados muy costosos para este país.

Por esta razón el gobierno debe de actuar de una manera más precisa y dar mejores soluciones para poder llevar un mejor control sobre la economía informal, es necesario hacer adecuaciones a las normatividades para dar de alta un negocio de manera formal, para que dichos trámites sean más rápidos y sencillos; así como también se deben de crear planes de acción para darle más oportunidades de empleo a los jóvenes y adultos por igual y en consecuencia a ser más atractivos dichos trabajos, aumentando los salarios mínimos generales y los mínimos profesionales ; para así estimular e incentivar a la gente el deseo de trabajar de manera formal, además de que el gobierno debe de investigar la corrupción burocrática a fondo para poder eliminarla de manera tajante. Todo esto es por el bien de todos los que vivimos en este país, para poder tener una mayor calidad de vida que beneficie a todos.

2.1 Generalidades

Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos. Pérez, J. (2008). Economía e México. México. Definiciones.

Además de esto se define también como “una unidad productiva dedicada y agrupada para desarrollar una actividad económica y tienen ánimo de lucro”. (e-conomic, 2013)

"El organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela" (Romero, 2004)

Julio García y Cristóbal Casanueva, autores del libro "Prácticas de la Gestión Empresarial", definen la empresa como una "entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados" (Casanueva, 1983)

Para Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de Economía", la empresa es "aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios" (Andrade, 1994)

El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define a la empresa como una "unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios, cuya razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad" (Diccionario de Marketing)

El Diccionario de la Real Academia Española, en una de sus definiciones menciona que la empresa es una "unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos" (Española, 1998).

En general, se puede definir como una unidad formada por un grupo de personas, bienes materiales y financieros, con el objetivo de producir algo o prestar un servicio que cubra una necesidad y, por el que se obtengan beneficios.

2.2 Los sectores económicos

Es por ello que la actividad económica de cualquier país está dividida en tres sectores económicos. Cada sector se refiere a una parte de la actividad económica cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y se diferencian de otras agrupaciones. Su división se realiza de acuerdo a los procesos de producción de bienes y servicios que ocurren al interior de cada uno de ellos.

Según la división de la economía clásica, los sectores de la economía son los siguientes:

- 1.- Sector primario o sector agropecuario.
- 2.- Sector secundario o sector Industrial y,
- 3- Sector terciario o sector de servicios.

Donde para el primero.- Es el sector que obtiene el producto de sus actividades directamente de la naturaleza, sin ningún proceso de transformación. Dentro de este sector se encuentran la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la caza y la pesca. No se incluyen dentro de este sector a la minería y a la extracción de petróleo, las cuales se consideran parte del sector industrial.

Para el segundo.- Es el que comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos. Para ello se divide en dos subsectores: industrial extractivo e industrial de transformación, donde:

- Industrial extractivo: extracción minera y de petróleo e,
- Industrial de transformación: envasado de legumbres y frutas, embotellado de refrescos, fabricación de abonos y fertilizantes, vehículos, cementos, aparatos electrodomésticos, principalmente.

Y el tercero.- Que incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Como ejemplos de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, entre otros.

Es indispensable aclarar que los dos primeros sectores producen bienes tangibles, por lo cual son considerados como sectores productivos. El tercer sector se considera no productivo, puesto que no produce bienes tangibles pero, sin embargo, contribuye a la formación del ingreso nacional y del producto nacional.

Aunque los sectores anteriormente indicados son aquellos que la teoría económica menciona como sectores de la economía, es común que las actividades económicas se diferencien aún más dependiendo de su especialización. Lo anterior da origen a los siguientes sectores económicos, los cuales son:

1. Sector agropecuario: Corresponde al sector primario mencionado anteriormente.
2. Sector de servicios: Corresponde al sector terciario mencionado anteriormente.
3. Sector industrial: Corresponde al sector secundario mencionado anteriormente.
4. Sector de transporte: Hace parte del sector terciario, e incluye transporte de carga, servicio de transporte público, transporte terrestre, aéreo, marítimo, etc.
5. Sector de comercio: Hace parte del sector terciario de la economía, e incluye comercio al por mayor, minorista, centros comerciales, cámaras de comercio,

- plazas de mercado y, en general, a todos aquellos que se relacionan con la actividad de comercio de diversos productos a nivel nacional o internacional.
6. Sector financiero: En este sector se incluyen todas aquellas organizaciones relacionadas con actividades bancarias y financieras, aseguradoras, fondos de pensiones y cesantías, fiduciarias, etc.
 7. Sector de la construcción: En este sector se incluyen las empresas y organizaciones relacionadas con la construcción, al igual que los arquitectos e ingenieros, las empresas productoras de materiales para la construcción, etc.
 8. Sector minero y energético: Se incluyen en él todas las empresas que se relacionan con la actividad minera y energética de cualquier tipo (extracción de carbón, esmeraldas, gas y petróleo; empresas generadoras de energía; etc.).
 9. Sector solidario: En este sector se incluyen las cooperativas, las cajas de compensación familiar, las empresas solidarias de salud, entre otras.
 10. Sector de comunicaciones: En este sector se incluyen todas las empresas y organizaciones relacionadas con los medios de comunicación como: telefonía fija y celular, empresas de publicidad, periódicos, editoriales, básicamente.

2.2.1 Clasificación de las empresas

La empresa es una entidad económica de producción que se dedica a combinar capital, trabajo y recursos naturales con el fin de producir bienes y servicios para vender en el mercado. Las empresas pueden ser *clasificadas de distintas maneras*: según la forma jurídica, el tamaño, la actividad y la procedencia del capital, entre otras.

Longenecker, (2001). Administración de empresas. McGraw Hill Interamericana.

2.2.1.1 Tipos de empresas de acuerdo a su forma jurídica

En base a su forma jurídica se establece el tipo de empresa:

- 1 Unipersonal: son aquellas empresas que pertenecen a un solo individuo. Es este quien debe responder ilimitadamente con su patrimonio frente a aquellos individuos perjudicados por las acciones de la empresa.
- 2 Sociedad Colectiva: son las empresas cuya propiedad es de más de una persona. En estas, sus socios responden de forma ilimitada con sus bienes.
- 3 Cooperativas: son empresas que buscan obtener beneficios para sus integrantes y no tienen fines de lucro. Estas pueden estar conformadas por productores, trabajadores o consumidores.
- 4 Comanditarias: en estas empresas existen dos tipos de socios: por un lado, están los socios colectivos que participan de la gestión de la empresa y poseen responsabilidad ilimitada. Por otro, los socios comanditarios, que no participan de la gestión y su responsabilidad es limitado al capital aportado.
- 5 Sociedad de responsabilidad limitada: en estas empresas, los socios sólo responden con el capital que aportaron a la empresa y no con el personal.
- 6 Sociedad anónima: estas sociedades poseen responsabilidad limitada al patrimonio aportado y, sus titulares son aquellos que participan en el capital social por medio de acciones o títulos.

Longenecker, (2001). Administración de empresas. McGraw Hill Interamericana.

2.2.1.2 Tipos de empresa de acuerdo a su tamaño

También existe otro tipo para clasificar a la empresa, que es por medio de su tamaño, donde:

- 1 Microempresa: Son aquellas que poseen hasta 10 trabajadores y generalmente son de propiedad individual, su dueño suele trabajar en esta y su facturación es más bien reducida. No tienen gran incidencia en el mercado, tienen pocos equipos y la fabricación es casi artesanal.

- 2 Pequeñas empresas: Poseen entre 11 y 49 trabajadores, tienen como objetivo ser rentables e independientes, no poseen una elevada especialización en el trabajo, su actividad no es intensiva en capital y sus recursos financieros son limitados.
- 3 Medianas Empresas: Son aquellas que poseen entre 50 y 250 trabajadores, suelen tener áreas cuyas funciones y responsabilidades están delimitadas, comúnmente, tienen sindicato.
- 4 Grandes empresas: Son aquellas que tienen más de 250 trabajadores, generalmente tienen instalaciones propias, sus ventas son muy elevadas y sus trabajadores están sindicalizados. Además, estas empresas tienen posibilidades de acceder a préstamos y créditos importantes.
- 5 Pymes: A efectos de la Agencia tributaria, se consideran Pymes todas aquellas organizaciones que no son grandes empresas con obligación de declarar mensualmente sus retenciones sobre rendimientos del trabajo y actividades económicas.

2.2.1.3 De acuerdo a la actividad

También se indica el tipo de empresa según su actividad, según lo indicado a continuación:

- 1 Empresas del sector primario: Son aquellas que, para realizar sus actividades, usan algún elemento básico extraído de la naturaleza, ya sea agua, minerales, petróleo, etc.
- 2 Empresas del sector secundario: Se caracterizan por transformar a la materia prima mediante algún procedimiento.
- 3 Empresas del sector terciario: Son empresas en que la capacidad humana para hacer tareas físicas e intelectuales son su elemento principal.

Mota, J. (2016). Las pymes como herramienta básica. México. Universidad Nacional Autónoma de México.

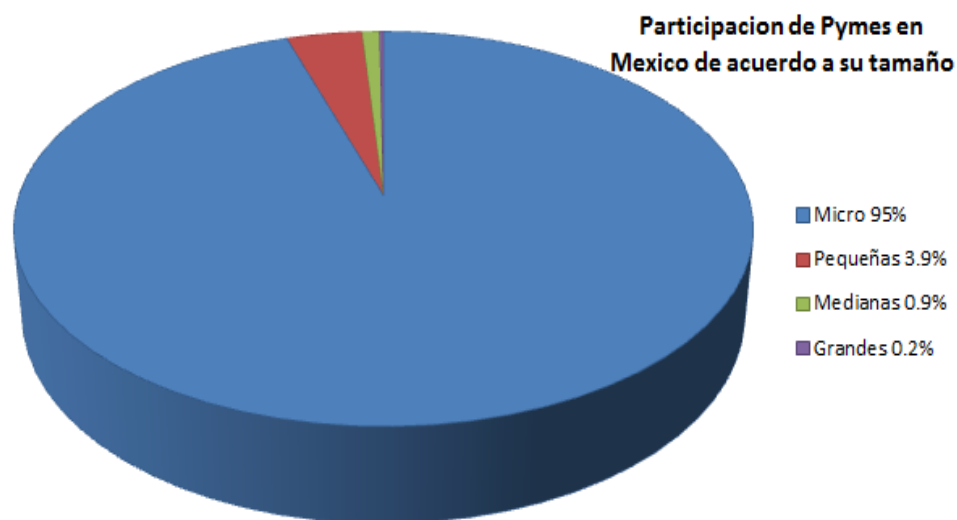
2.2.1.4 De acuerdo a la procedencia del capital

Existe otra manera de establecer el tipo de empresa que es; al cual se le llama procedencia de capital. Para ello se clasifica de la siguiente manera:

- 1 Empresas públicas: Son aquellas en las que el capital proviene del Estado, ya sea municipal, provincial o nacional.
- 2 Empresas privadas: Su capital proviene de particulares.
- 3 Empresas mixtas: En este caso, el capital proviene tanto de particulares como del Estado.

2.3 Pymes

En México, las Pymes (Pequeñas y medianas empresas) son una parte fundamental de su estructura económica, contribuyendo a la generación de la riqueza del país y a la generación de empleos. Las microempresas y, las pequeñas y medianas empresas, representan el mayor número de empresas establecidas, y las grandes empresas representan menor proporción en el número de las empresas establecidas.



GRÁFICA 2.1 Jaramillo, A. (2015). Pymes. Porcentaje del número de pymes que existen en México por tamaño. <http://faedpyme.ojs.upct.es/index.php/revista1/article/view/103/140>

Para el caso de las Pymes, su conformación en número de empresas establecidas es mucho mayor que el de las grandes empresas, al igual que los beneficios que generan a la economía, ya que generan mayor empleo y rentabilidad económica. Esto se sustenta en que la mayoría de las grandes empresas, deducen en mayor cantidad y con mayor frecuencia, los impuestos que el gobierno les cobra como parte de los aprovechamientos de sus actividades económicas e industriales., así como los datos estadísticos que se abordan más adelante en las características socioeconómicas.

Es cierto que las microempresas representan un mayor porcentaje de conformación empresarial, y esto es debido a los muchos negocios que se forman como lo son papelerías, tiendas de abarrotes, peluquerías, boutiques, entre otros, estos suelen tener mayor número ya que cuando se piensa en poner un negocio.

La mayoría de las personas piensan en poner estos negocios, ya que el riesgo de entrar en la economía y salir de ella no representa mayor problema, y al igual que su conformación y su apertura no implica tanto papeleo, además de que en su mayoría quien emprende un negocio no quiere arriesgar demasiado, pero también estos negocios tienen pocas posibilidades de crecer, más bien se concretan a permanecer en el mercado.

Debido a las crisis del país y del mundo en general, se vieron afectadas muchas empresas, en sus mayorías extranjeras y transnacionales, puesto que dependen de las filiales que están en otras economías de las cuales se vieron afectadas por dichos problemas económicos.

Sin embargo, el gobierno pese a esta situación ha decidido ayudar a las empresas con ciertos problemas económicos debido a los desajustes que ha causado la desestabilización económica generada por la crisis referida.

Para apoyar a solventar sus obligaciones y evitar que el desajuste provoque problemas como la pérdida de empleos y el impacto en la riqueza que se genera por la vía del PIB (producto interno bruto) sea mucho mayor, ha rescatado algunas empresas de sus deudas contraídas para evitar que estas sufran el quiebre y cierre de las mismas.

Debido a estas acciones el gobierno ha tenido que reducir gastos, hacer recortes en algunos programas de apoyo a las empresas y a presupuestos.

2.3.1 Clasificación de las Pymes

En primer lugar las Pymes en México, como en muchos otros países se clasifican de acuerdo al sector al que pertenece y al número de personas con el que cuentan. (Ver la Tabla 2.1)

Tamaño	Industria	Comercio	Servicios
Micro	1-10	1-10	1-10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51-250	31-100	51-250
Grande	Mayor a 250	Mayor a 100	Mayor a 250

Fuente: (INEGI, 2014)

TABLA 2.1 Clasificación de las Pymes de acuerdo a su número de trabajadores

Otras clasificaciones de definen a una Pyme pudieran ser

- 1 Que representan un componente familiar.- Un factor común en las Pymes, es que casi en su totalidad, son estas empresas familiares; es decir, que la toma de decisiones va a depender de ellos, pudiéndose producir en ocasiones de acuerdo en la aplicación de las mismas.
- 2 Falta de liquidez.- Desafortunadamente este es un problema que suele presentarse, por lo que dichas empresas recurren a solicitar préstamos o financiamiento per parte de organismos que apoyan su gestión.
- 3 Relación tamaño productividad.- De acuerdo a estudios realizados con respecto a los niveles de oferta de las Pymes, se ha podido determinar que mientras más pequeño sea la estructura de producción de una empresa, menor la concentración y representación de los resultados.

- 4 Poco productivas.
- 5 Falta de solvencia.- Carece de recursos suficientes para hacerle frente a sus obligaciones.

En cuanto a las ventas estas también dependen del tamaño de la empresa y del sector al que pertenecen, la siguiente grafica muestra un rango del monto de ventas en dependiendo a su estratificación, en las medianas empresas tienen un rango de ventas desde 100 hasta 250 mdp (millones de pesos), las grandes empresas no están en la tabla estratificadas pero estas tienen un monto superior a las medianas, para el estudio solo nos importa el análisis de las pymes.

Promedio de ventas de las Pymes		
Tamaño	Sector	Ventas anuales (Mdp)
Micro	Todos	\$4.01 hasta \$100
Pequeña	Comercio	\$4.01 hasta \$100
	Industria y servicios	\$4.01 hasta \$100
Mediana	Comercio	\$100.01 hasta \$250
	Industria	\$100.01 hasta \$250
	Servicios	\$100.01 hasta \$250

FUENTE: (oficial, 2013)

TABLA 2.2 Promedio de ventas de las Pymes

Las Pymes tienen más ventas que las microempresas, aunque más del 90% sean microempresas, estas no tienen un elevado rango de ventas anuales, y es porque son negocios pequeños en donde su riesgo es mínimo, y en cuanto a las pymes estas ya cuentan con un riesgo, que les permite también tener mayores beneficios.

Más del 60% de las Pymes en México son de carácter familiar y, en cuanto a el rango de edades en la que los socios participan en la gestión de ellas está entre 40 y 59 años de.

El 50% de las Pymes no utiliza ningún tipo de mejora de calidad o productividad no utilizan ningún tipo de mejora de calidad o productividad. Y, el 24% de las Pymes manejan algún tipo de licencia o patente. (CIPI, 2010).

2.3.2 Importancia de las Pymes

La importancia de la pequeña y mediana empresa radica entre otros factores, en su capacidad para generar empleos, en su flexibilidad para aumentar la oferta de satisfactores y en su habilidad para adaptarse a regiones que es necesario promover dentro de un programa que tome en cuenta el desarrollo geográfico equilibrado.

La pequeña y mediana empresa proporciona más de la mitad de todos los empleos del país, incluyendo actividades que no son comerciales (SDE, Secretaría de Desarrollo, 2008)

La pequeña empresa ha proporcionado una de las mejores alternativas para la independencia económica; podemos decir que este tipo de empresas han sido una gran oportunidad, a través de la cual los grupos en desventaja económica han podido iniciarse y consolidarse por méritos propios.

El sector de la industria pequeña y mediana en México representa una parte importante en el desarrollo y crecimiento del país. Existe información que muestra (SDE 2008) que hay 111,800 empresas Pymes en la República Mexicana, de las cuales el 98% son medianas y pequeñas, responsables del 51% de los empleos en el sector industrial y el 40 % del valor agregado industrial.

2.3.3 Características de las Pymes

Castañeda dice que las Pymes tienen ciertas características en el campo administrativo: Formas de origen: entre los creadores de las Pymes se encuentran estudiantes, recién egresados o personas que interrumpieron sus estudios,

desempleados que optan por el autoempleo, hijos de empresarios, y trabajadores que buscan la independencia económica. (Castañeda, 2009)

Formas de propiedad: cuatro quintas partes (19.7 %) de las entidades tienen un solo dueño, hallazgo que otorga validez a la proposición respecto al microempresario de ser alma y vida de su negocio. El 17.5 % de las unidades se hallan organizadas como sociedad, lo cual ofrece fuentes alternas de capital y una base gerencial de operación más amplia siempre y cuando se trate de socios adecuados y confiables que agilicen la toma de decisiones, al no dividir la autoridad. (INEGI, 2013).

Localización: más de la mitad (52.6 %) de los establecimientos de la Pyme, dicen estar ubicadas fuera de la residencia de los microempresarios, lo cual es sorprendente ya que esto conlleva a gastos que requieren un nivel de operaciones más complejo. El 37.1 % se hallan ubicados en la residencia, y el porcentaje restante no responde. (INEGI, 2013).

Tendencia local: 26.2 % de los establecimientos de las Pymes, son propietarios; 67.6 % son rentados; y el 8 % son de otro tipo. Mientras que en giro industrial se observa una tendencia substancial de unidades con local propio, en el sector comercio y servicios los porcentajes de alquiler son más elevados. De modo similar, parece que las microindustrias con propietario único, tienden a rentar y ser menos dueños del local donde operan. En comparación de las empresas que operan con dos o más socios. (INEGI, 2013).

Fuerza de grupo: la unidad de las Pymes está dada por la incorporación a entidades más grandes, las cámaras y asociaciones que con su antigüedad, prestigio, poder de convocatoria y representatividad aumentan la fuerza de las demandas del sector importantísima para su desarrollo.

De acuerdo a los últimos registros, el 92.4 % de las pequeñas y el 96 % de las medianas están afiliadas a una cámara o asociación. De este universo, la distribución, en el 77 % de la pequeña y el 74 % de la mediana, están adheridas a una cámara de

comercio, a pesar de que términos prácticos la mayor parte del sector, no encuentra la utilidad de agruparse con otros empresarios. Aun cuando esta idea prevalece, las ventajas que los empresarios más lúcidos consideran como vital importancia, se ubican en el ámbito propio del negocio (INEGI, Producción generada por empresas. Instituto Nacional de Estadística, Geográfica e Informática, 2010).

La comercialización: el 64.5 % de los pequeños empresarios señalan como ventaja de la agrupación este concepto y el 78 % para las medianas empresas. Estas cifras nos indican que entre mayor es el tamaño de la empresa, el factor de comercialización a escala empieza a considerarse un elemento importante en la operatividad de la empresa.

En resumen, Gomez. (2008). Plan General de Contabilidad de Pymes. México. Prentice hall. menciona las características de mayor peso de las empresas Pymes.

- Tienen capital proporcionado por una o dos personas que establecen una sociedad.
- Los dueños dirigen la empresa.
- La administración es empírica.
- Utilizan más maquinaria y equipo aunque se basen en el trabajo más que en el capital.
- Dominan y establecen un mercado más amplio.
- Están en proceso de crecimiento (la pequeña tiende a ser mediana, y la mediana aspira a ser grande).
- Obtienen algunas ventajas fiscales.

- Componente familiar. Casi en su totalidad son empresas familiares, la toma de decisiones depende de ellos y puede producirse desacuerdo en la aplicación de las mismas.
- Falta de liquidez. Este es un problema muy común en las Pymes, por lo cual tienden a solicitar préstamos o financiamientos a organizaciones que apoyen su gestión.
- Poco productivas. Son consideradas así debido a su falta de liquidez.

- Relación tamaño – productividad. Mientras más pequeño sea el tamaño de la estructura de producción de una empresa, menor la concentración y representatividad en sus resultados.

México es un país que se encuentra en una región geográfica con una variedad de climas propios tanto para la agricultura y la ganadería, así mismo cuenta con una extensa variedad de recursos naturales y una abundante mano de obra, la cual hace posible que se den algunas actividades que en otros países no pueden llegarse a dar.

Las Pymes, además de generar empleos, proveen de bienes y servicios básicos que requiere la población para su sustento y sus actividades cotidianas.

Las pequeñas y medianas empresas al tener una menor cantidad de trabajadores y la ejecución de órdenes no es tan compleja y no tiene que esperar o pasar por una serie de procesos y permisos que llevan tiempo y en su caso lo harían las grandes empresas.

Así mismo los procesos y la organización no requieren de mucho capital, ya que los costos son menores al no tener tanto pago de costos fijos, como lo son los salarios de la mano de obra capital, esto mismo hace que las Pymes sean flexibles y que puedan desarrollarse y expandirse más rápidamente de lo que hacen las grandes empresas, ya que se adecua a las necesidades más fácilmente.

2.4. Ventajas de las Pymes

Es importante conocer las ventajas que presentan las pequeñas empresas para poder considerar su estudio y así lo muestra Longenecker. (2001). Administración de las pequeñas empresas. México. McGraw Hill Interamericana. Por lo que:

- Tienen gran capacidad para generar empleos, absorben una parte importante de la población económicamente activa.
- Asimilan y adaptan con facilidad tecnologías de diverso tipo, o producen artículos que generalmente están destinados a surtir los mercados locales y son bienes de consumo básico.

- Se establecen en diversas regiones geográficas, lo cual les permite contribuir al desarrollo regional
- Mantiene una gran flexibilidad por lo que se adaptan con facilidad al tamaño del mercado, aumenta o reducen su oferta cuando se hace necesario.
- El personal ocupado por empresa es bajo, por lo cual el gerente – que generalmente es el dueño – conoce a sus trabajadores y empleados, lo que le permite resolver con facilidad los problemas que se presenten.
- La planeación y organización del negocio no requiere de grandes erogaciones de capital, inclusive los problemas que se presentan se van resolviendo sobre la marcha;
- Mantienen una unidad de mando, lo que les permite una adecuada vinculación entre las funciones administrativas y las operativas;
- Producen y venden artículos a precios competitivos, ya que sus gastos no son muy grandes y sus ganancias no son excesivas;
- Existe un contacto directo y personal con los consumidores a los cuales sirve;
- Los dueños, generalmente tienen un gran conocimiento del área que operan, permitiéndoles aplicar su ingreso, talento y capacidades para la adecuada marcha del negocio.
- Cuentan con una buena organización, lo cual les permite aplicarse y adaptarse a las condiciones del mercado y de la creciente población;
- Tiene una gran movilidad, permitiéndoles ampliar o disminuir el tamaño de la planta, así como cambiar los procesos técnicos necesarios.
- Por su dinamismo tienen posibilidades de crecimiento y llegar a convertirse en una gran empresa.
- Absorben una porción importante de la población económicamente activa, debido a su gran capacidad para generar empleos.
- Asimilan y adaptan nuevas tecnologías con relativa facilidad.
- Se establecen en diversas regiones del país y contribuyen al desarrollo local y regional por sus efectos multiplicadores.

- Cuentan con una buena administración, aunque en muchos casos influenciada por la opinión personal de o los dueños del negocio.

La contribución al comercio exterior de las pymes es muy baja debido a que su producción no es la suficiente o en su caso los estándares de calidad no son los adecuados y requieren de inversiones para llevar a cabo el cambio que necesitan.

Algunas Pymes cuentan con financiamientos limitados ya que la rentabilidad con la que cuentan es muy baja que no se sujeta a financiamientos Y en muy pocos casos desconocen la información para capacitar u obtener un financiamiento.

2.4.1 Desventajas de las Pymes

Las desventajas de las pequeñas empresas que nos muestra (Longenecker, 2001) permite analizar las fallas y las oportunidades que se presentan en estas empresas para su estudio, es decir:

1. Les afecta con mayor facilidad los problemas que se suscitan en el entorno económico como la inflación y la devaluación.
2. Viven al día y no pueden soportar períodos largos de crisis en los cuales disminuyen las ventas.
3. Son más vulnerables a la fiscalización y control gubernamental, siempre se encuentran temerosos de las visitas de los inspectores;
4. La falta de recursos financieros los limita, ya que no tienen fácil acceso a las fuentes de financiamiento.
5. Tienen pocas o nulas posibilidades de fusionarse o absorber a otras empresas; es muy difícil que pasen al rango de medianas empresas;
6. Mantienen una gran tensión política ya que los grandes empresarios tratan por todos los medios de eliminar a estas empresas, por lo que la libre competencia se limita o de plano desaparece.

7. Su administración no es especializada, es empírica y por lo general la llevan a cabo los propios dueños.
8. Por la propia inexperiencia administrativa del dueño, éste dedica un número mayor de horas al trabajo, aunque su rendimiento no es muy alto.
9. Mantienen altos costos de operación.
10. No se reinvierten las utilidades para mejorar el equipo y las técnicas de producción.
11. Sus ganancias no son muy elevadas; por lo cual, muchas veces se mantienen en el margen de operación y con muchas posibilidades de abandonar el mercado.
12. No contratan personal especializado y capacitado por no poder pagar altos salarios.
13. La calidad de la producción no siempre es la mejor, muchas veces es deficiente porque los controles de calidad son mínimos o no existen.
14. No pueden absorber los gastos de capacitación y actualización del personal, pero cuando lo hacen, encuentran el problema de la fuga de su personal capacitado.
15. Sus posibilidades de fusión y absorción de empresas son reducidas o nulas.
16. Algunos otros problemas que enfrentan en forma cotidiana las medianas empresas son: ventas insuficientes, debilidad competitiva, mal servicio, deficiente atención al público, indiferencia frente a las quejas, precios altos o productos de mala calidad, activos fijos excesivos, mala ubicación de sus plantas, descontrol de inventarios, problema en el pago de impuestos, problema con los inspectores, falta de financiamiento adecuado y oportuno, entre otros.

Las empresas pymes de siempre atraviesan por dificultades para operar, por tal motivo se requieren cambios significativos que permitan su sobrevivencia y desarrollo para alcanzar la competitividad requerida, los puntos anteriores indican los factores que obstaculizan su desarrollo, pero muestran áreas de oportunidad muy importantes para su desarrollo. Ficap. (2005). Convenio de coordinación para el desarrollo de la competitividad de la empresa. México. Dof.

2.5 Las Pymes como generadoras de empleo

En general se asocia a la pequeña y mediana empresa con la generación de empleo sin indagar demasiado en el tema. El argumento que esgrime para formular tal afirmación se basa en la idea de que estas empresas utilizan más mano de obra y menos capital que las grandes, lo que a su vez va asociado con una realidad, que es la oferta creciente de mano de obra, y la falta crónica del capital.

La cuestión es que tal argumento no es del todo cierto. La razón que explica la inexactitud del argumento radica en las limitaciones que encierra la propia definición de pyme, a tal punto que dentro de este universo de empresas suele incluirse los microemprendimientos. Por lo tanto, es necesario tener en cuenta ciertas consideraciones para establecer las relaciones de causalidad de las pequeñas y medianas empresas y la generación de empleo.

En primer lugar debemos distinguir entre PYMES formales y marginales. Las primeras se manejan dentro del mercado legal, poseen alto nivel de capitalización y un importante uso del factor tecnología, a la vez que suelen estar asociadas y/o vinculadas a las grandes empresas. Las segundas, generalmente pequeñas unidades productivas, se caracterizan por baja dotación de capital, producción de tipo artesanal y una combinación de mano de obra asalariada y familiar.

Un fenómeno importante de mencionar, relacionado con la recuperación de un determinado rango de PYMES, está dado por la caída de las tasas de ganancia de las grandes firmas durante los años '60 y '80, lo que las llevó a incorporación tecnológica y cambios de la organización del trabajo mediante la derivación de parte de su producción a empresas de menor envergadura.

Un ejemplo bien ilustrativo de tal situación en nuestra economía, es el de las Pymes autopartistas que reemergieron merced a los cambios operados por la industria automotriz en esos años, trasladándoles parte de su proceso productivo. También se presentan casos en ramas como la construcción y el comercio.

¿Cómo repercutió este fenómeno en la evolución del empleo? Las empresas líderes resultaron expulsoras de mano de obra, (sustituida por tecnología), las Pymes, beneficiadas, absorbieron parte de esa mano de obra, de modo tal que les permitiera responder en tiempo y forma a las exigencias de la empresa a la que se vincularon.

Caracterizadas, entonces, las Pymes, se dice que en lo que respecta al primer grupo -las formales-, sus políticas laborales, se encuentran también vinculadas a las estrategias que fingen las grandes empresas en la materia. Por lo tanto las acciones gubernamentales, en lo que hace al tema, deben dirigirse a velar por el cumplimiento de las leyes que protegen al trabajador.

En cambio, el segundo grupo -las marginales-, puede convertirse en un potencial foco de generación de empleo dependiendo, por un lado, del grado de reactivación de la economía, y por el otro, de la existencia de políticas gubernamentales de apoyo técnico y crediticio. Si bien los montos a invertir son insignificantes comparado con lo que debería destinarse en las grandes empresas, los resultados que podrían alcanzarse en cuanto a cantidad de puestos de trabajo no son considerables.

Generación de empleo debe notarse que no es necesariamente cierto que las Pymes usen más trabajo por cada unidad de capital que emplean.

Varios estudios sobre países en desarrollo han indicado que la idea de que las Pymes son más trabajo-intensivas surgió de la observación de los datos totales en cada economía clasificando a las empresas; por ejemplo, por rango de empleo.

Aún, reconociendo las dudas mencionadas, sobre la existencia de una mayor intensidad del trabajo en Pymes y sobre la eficiencia tecnológica de los micro emprendimientos, los gobiernos podrían tener como objetivo el aumento de la participación de este programa en la economía. En ese sentido, una modificación en la producción de pequeñas empresas sobre el total puede requerir una modificación en la composición de la demanda final de bienes.

Sin que se produzca en mencionado cambio de demanda, la participación de Pymes podría aún aumentar si una amplia gama de productos fuera producida por empresas de distintos tamaños interactuando en cada uno de los mercados.

La promoción de las Pymes requeriría incentivar la reducción de los tamaños de las empresas dentro de cada una de las industrias o sectores en los que participa. En este caso, el análisis de los efectos de una política que opere en tal sentido, requerirá analizar datos desagregados por industria, para estudiar las tecnologías, de empresas de distintos tamaños dentro de una misma industria se caracterizan por diferencia de intensidades y productividades de los insumos como las discutidas anteriormente.

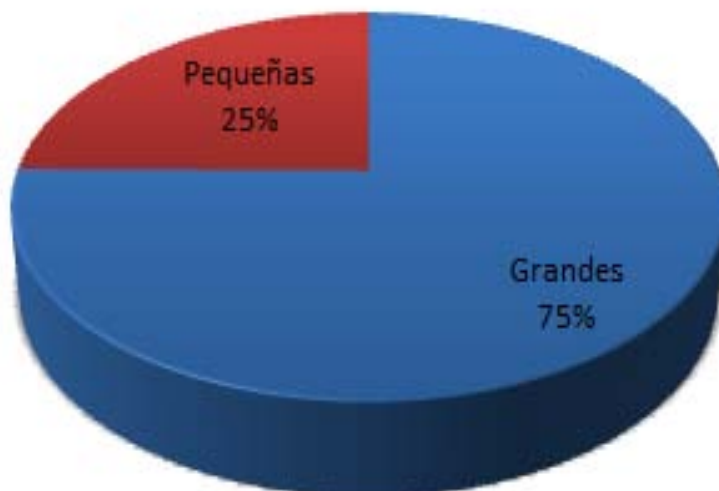
En consecuencia, la intensidad en el uso del trabajo de las industrias en una economía depende mucho más de la composición de su producción que las posibilidades de producir lo mismo en tantas de menor escala.

Philips documenta el rol creciente de las pequeñas empresas en la industria. Sostiene que los motivos de la influencia de las empresas pequeñas son los ciclos de

Vida de los productos más cortos del lado de la demanda, en uso creciente de sistemas de manufactura flexibles y una dependencia cada vez menor de las economías de escala por el lado de la oferta.

En el censo de 1984 puede verse que la importancia de la Pymes en la producción industrial es muy inferior a lo que sugería la descripción por nivel de empleo, ya que el 67,4 % de la producción industrial proviene de empresas con 100 y más empleados y las empresas pequeñas (50 y menos empleados) sólo participan en el 22,3 % del mismo.

Producción industrial por tamaño de empresa



GRÁFICA 2.2 Garay, L.(2012). Cantidad de producción industrial por tipo de empresa. Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango. Gráfica.

Puede observarse que la productividad media del trabajo, definida como el valor agregado por trabajador, crece fuertemente al crecer el tamaño de las empresas, mientras que lo mismo ocurre con la productividad media el capital definiendo éste como la capacidad motriz instalada."

La productividad global de las empresas argentinas aumente, al aumentar su tamaño. Una explicación consistente de la evolución de la productividad observa con la permanencia de las empresas más pequeñas en el mercado es la que admite la existencia de un acceso más barato de las empresas pequeñas tanto al trabajo como al capital.

La evasión impositiva y previsional que eran muy significativas en 1984, el menor cumplimiento de normas de seguridad industrial, el financiamiento de familiares, y la menor rentabilidad exigida a la inversión derivada de un menor costo de oportunidad del capital propio explicarían los menores precios de los factores aludidos.

Por último, con respecto a la generación de empleo, no sólo es importante la variación porcentual sino también la variación absoluta en el mismo.

Las Pymes dan empleo a mano de obra menos calificada. Una política destinada a promover la permanencia de ellas de cualquier tipo en el mercado porque dan empleo a una franja de menor formación laboral, podría ir en detrimento de la propia capacitación de la mano de obra, generando un círculo vicioso en el que el subsidio permitiría competir con bajos niveles de capital humano, se limitaría la demanda de calificaciones y se postergaría la formación de los trabajadores. (Emprendedores, 2013).

Tamaño	Unidades económicas	Personal ocupado	%PIB
Micro	97.0	47	31
Pequeña	2.7	20	26
Mediana	0.2	11	12
Grande	0.1	22	31

FUENTE: Senado. (2013). Porcentaje sobre el PIB. México.

TABLA 2.3 Porcentaje sobre el PIB

Las Pymes general el 78.4% del empleo del país, si a estas se le añadiera las economías informales aumentaría la participación tanto en el PIB como en el personal ocupado.

Las Pymes conforman más del 97% de las empresas en México y constituyen la base de la economía, convirtiéndose en potenciales desarrolladores de empleos y reactivadoras de la misma. en México son generadoras de empleo 79% de la población económicamente activa y generan ingresos equivalentes al 23% del Producto Interno Bruto (PIB), lo anterior es una clase señal de que se debe poner atención a este tipo de empresas y verlas como en lo que realidad son: la base de la economía mexicana.

Composición por tamaño y sector				
Tamaño	Sector			Total
	Industria	Comercio	Servicios	3,047,514
Micro	94.4	94.9	97.4	95.7
Pequeña	3.7	4.0	1.6	3.1
Mediana	1.7	0.9	0.5	0.9
Grande	0.4	0.2	0.4	0.3
Total	100	100	100	100

FUENTE: (Pyme, 2006)

TABLA 2.4 Clasificación de empresas en México por tamaño y sector

2.6 Problemáticas de las Pymes

En la actualidad la mayoría de los propietarios de micro, pequeña y medianas empresas provienen de anteriores trabajos asalariados y de la población económicamente inactiva. Por consiguiente se infiere que en la mayoría de los casos los fundadores de estas empresas las crearon por motivos de tipo económico, ya que para los bajos ingresos percibidos como asalariados o simplemente por no encontrar trabajo como empleados, sin tener una intuición como empresario, lo cual provoca que estos

negocios no estén administrados en forma adecuada (SDE, Incremento a la productividad. Secretaria de Desarrollo , 2008).

Se debe tomar en cuenta que las Pymes se encuentran limitadas ante las grandes empresas, pero esto más que nada por la falta de equidad que existe, aunque también las Pymes se encuentran con las siguientes limitantes (Hernandez, 2007);

- Conseguir clientes,
- Contratar trabajadores calificados,
- Financiamiento,
- Conseguir proveedores,
- Obtener equipo,
- Adaptar sus productos al cliente,
- Información de mercado,
- Calidad del producto,
- Productividad,
- Administración de la empresa

Cabe mencionar que las limitantes que las Pymes tienen se debe a fallas principales en el conocimiento del empresario, que en su mayoría no cuenta con los conocimientos administrativos necesarios, no contar con un soporte que le permita garantizar para obtener créditos, que por consiguiente limitan la adquisición de tecnología, desconocen completamente el mercado que los margina y se les complica el posesionarse en el mercado, y cada día es más difícil el competir, conseguir nuevos clientes que cada día son más y más exigentes (Hernandez, 2007)

Un gran reto para la empresa moderna es el de utilizar los recursos disponibles para conseguir con la máxima efectividad y economía los bienes y servicios que la gente necesita y desea. Para hacer frente a las demandas del mercado de consumo se requieren diferentes tipos de actividad empresarial (J, 2008).

A continuación detallaré tres categorías para llevar a cabo estas actividades:

- Actividades que producen bienes
- Actividades que distribuyen bienes
- Actividades que ofrecen servicios

Debido a lo anterior tenemos que este número de empresas en su gran mayoría se enfrentan a la siguiente problemática:

Problemas financieros:

- Dificil acceso de los recursos provenientes de apoyos de gobierno, instituciones de crédito y organizaciones auxiliares de crédito.
- Bajas ganancias, por lo tanto poca capacidad de expansión y permanencia.
- Desconocimiento de su costo, debido a que no se pueden implementar técnicas de valuación con altos costos financieros y no podrán solventarlos por falta de liquidez.
- Una tradicional deficiencia en capitalización.

Es eminente que el Tratado del Libre Comercio (TLC) en el que se encuentra inmerso nuestro país, enfrenta a las empresas a una competencia difícil de igualar, ya que en ocasiones no se consideran con la suficiente capacidad para sobresalir dentro de su rama, o durante varios años se han especializado en la fabricación de algún insumo o en la presentación de un servicio, y no han pensado en la posibilidad de ser empresas complementarias de otras (J, 2008).

Existen además problemas socioeconómicos, tales como:

- Poca capacidad de negociación frente a proveedores y clientes.
- Desconocimiento del mercado y su competencia.
- Baja competitividad.
- Falta de preparación empresarial, es de baja capacidad de asociación, ya que estas personas tienen por costumbre operar individualmente y no compartir riesgos y oportunidades.

- Falta de una gestión empresarial enfocada a un mundo global con una economía abierta.
- Carecen de una cultura de asociación, ya sea entre los productores, empresarios y comerciantes, y prestadores de servicios, o entre cualquiera de ellos.
- Falta de capacitación de mano de obra.

Así como problemas tecnológicos:

- Bajos niveles de productividad.
- Bajos controles de calidad.
- Lo anterior debido al rezago tecnológico.
- Ausencia de modernización en sus esquemas de producción.

Problemas administrativos fiscales:

- Falta de controles administrativos en sus empresas.
- Altas cargas impositivas.
- No aprovechamiento de beneficios fiscales.
- Desconocimiento de la rentabilidad real de la empresa.
- Falta de la optimización de los recursos.
- Falta de personal con suficiente capacidad para administrar la empresa.

Es por lo anterior que si la planta productiva no cuenta con los recursos adecuados para competir frente a las industrias de otros países, la brecha comercial, financiera y tecnológica se incrementará y no se tendrá la capacidad suficiente para ni siquiera participar en el mercado interno.

2.7 Probables soluciones a las problemáticas de las Pymes

Después de haber comentado las características que imperan en nuestro entorno económico y conocer cuál es la condición actual de las empresas pequeñas y mediana,

resulta importante mencionar cuáles podrán ser las alternativas que contribuyan a solucionar los problemas de crecimiento de dichas empresas y mejorar su posición en el medio (Castañeda, 2009)

Dentro de los aspectos indispensables para que sobreviva una empresa están:

- Establecer objetivos realistas para las operaciones.
- Elaborar planes que puedan ejecutarse para alcanzar los objetivos.
- Desarrollar políticas para guiar la ejecución de los planes, de manera que se aseguren la adhesión a los objetivos de la empresa.
- Establecer procedimientos para llevar a cabo la secuencia de las operaciones, donde se interpretan las políticas y se asegure la actividad administrativa.
- Establecer controles para hacer los ajustes necesarios en la ejecución y modificación de los planes.
- Verificar la preparación de los informes de los resultados adecuados para evaluar la efectividad y progreso de la ejecución.

2.8 Estadísticas de las Pymes

Durante el año 2010, la Secretaría de Economía (SE), en conjunto con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Universidad de Bologna en Argentina y el INEGI, levantaron la encuesta del Observatorio Pyme.

Esta encuesta agrupa a un panel de mil pequeñas y medianas empresas mexicanas de los sectores manufactureros, comercio y servicios. La información que proporciona la encuesta del Observatorio PYME permite conocer, entre otros aspectos:

- Perfil del empresario
- Características de la empresa
- Características laborales en la empresa
- Clientes y proveedores
- Estrategias empresariales

Dónde:

El Perfil del empresario.- El 45% de los socios que participan en la gestión directa de las empresas se encuentra entre los 40 y 59 años de edad, el 48% de los socios cuenta con el grado de Licenciatura completa, como se muestra en la gráfica siguiente: (Ver gráfica 2.3)



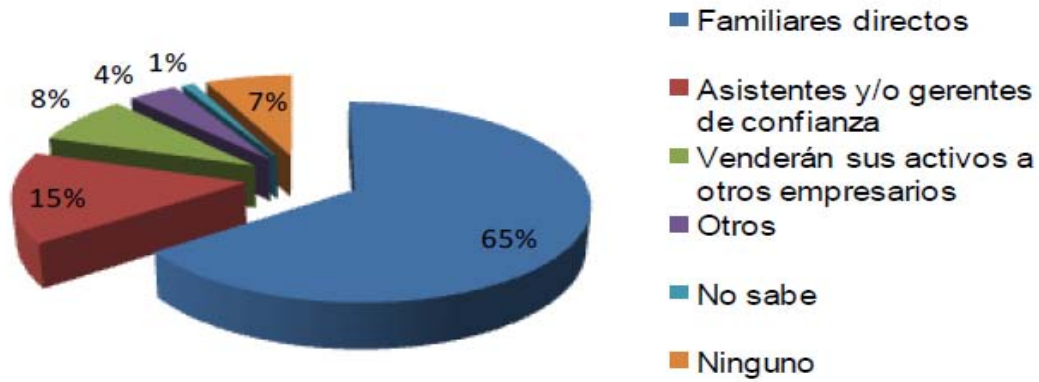
GRÁFICA 2.3 UNAM. (2000). Las PYMES en México. Participación directa por nivel de formación. Gráfica. <https://www.slideshare.net/BrendaGonzalez121/a4-72204840>

Características de la empresa.- El 65% de las Pymes en México son de carácter familiar. (Ver gráfica 2.4).

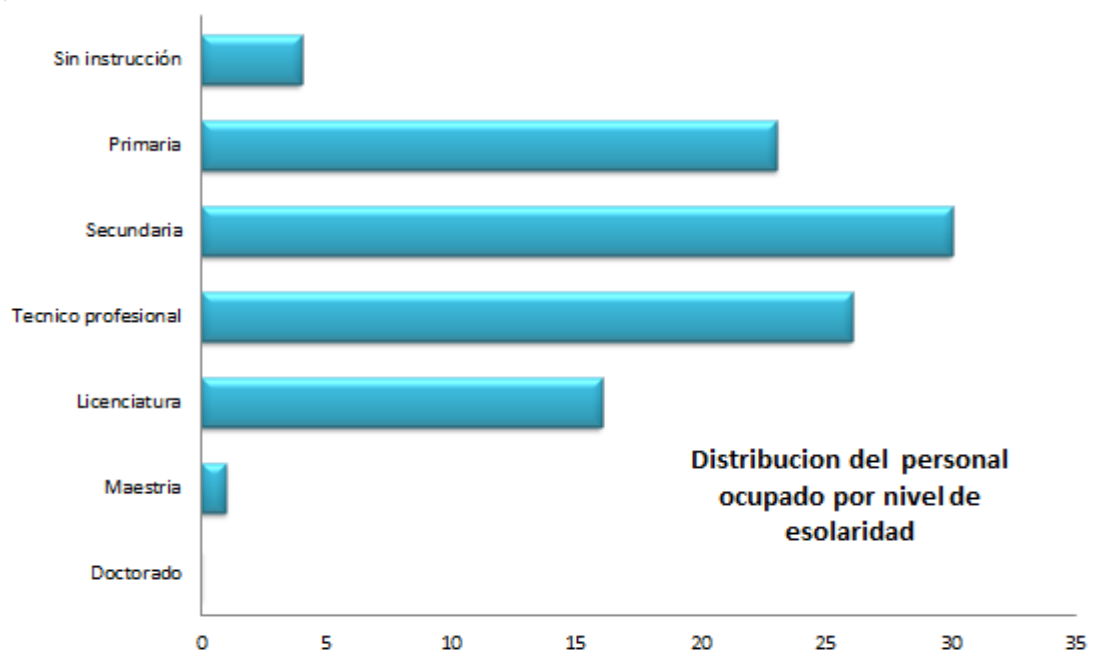
Características laborales.- El 31% de los empleados cuenta con secundaria terminada; el 26% con bachillerato o una carrera técnica y el 23% con primaria. (Ver gráfica 2.5).

Capacitación La capacitación de los empleados y los directivos de las PYMES resulta una práctica importante. (Ver gráfica 2.6).

Distribución porcentual de las empresas por tipo de proceso de cambio generacional que se implementará en las mismas

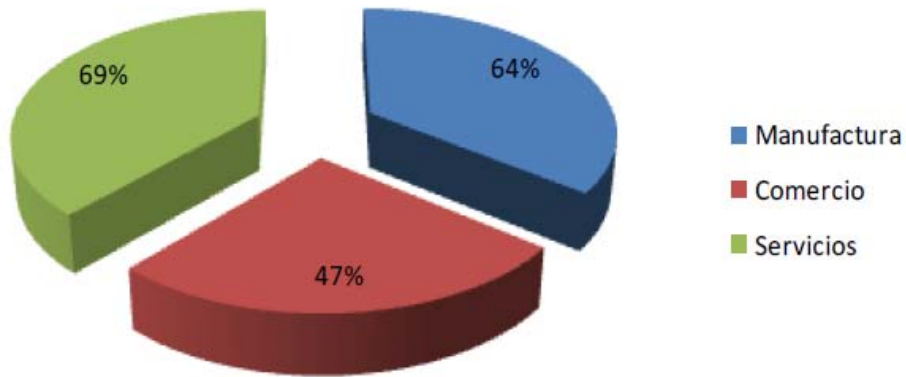


GRÁFICA 2.4 UNAM. (2000). Las PYMES en México. Tipos de Pymes de acuerdo a los caracteres. Gráfica <https://www.slideshare.net/BrendaGonzalez121/a4-72204840>



GRÁFICA 2.5 UNAM. (2000). Las PYMES en México. Personal ocupado de acuerdo a su nivel de escolaridad. Gráfica <https://www.slideshare.net/BrendaGonzalez121/a4-72204840>

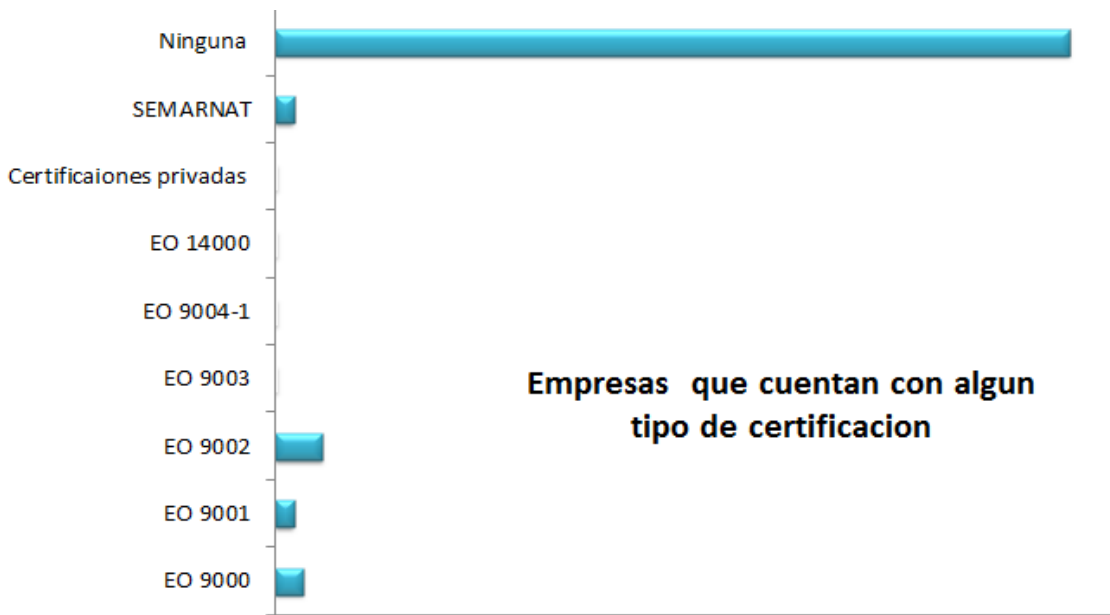
Porcentaje de empresas que realizaron capacitación de personal en los últimos dos años



GRÁFICA 2.6 Centro PYME. (2006). Porcentaje de empresas que cuentan con algún tipo de capacitación. Gráfica.

<http://www.econ.uba.ar/servicios/cepymece/observatoriopyme.htm>

Falta de una cultura de calidad.- Más del 80% de las Pymes no cuenta con algún tipo de certificación. (Ver gráfica 2.7).



GRÁFICA 2.7 Centro PYME. (2006). Porcentaje de empresas que cuentan con alguna certificación. Gráfica.

<http://www.econ.uba.ar/servicios/cepymece/observatoriopyme.htm>

2.9 Acciones del Gobierno ante las Pymes

México es uno de los países de América Latina más relevante e influyente en materia de políticas económicas, la importancia de analizar dicha economía, permite ofrecer una visión generalizada sobre el devenir económico de Latinoamérica.

Países como Argentina, Brasil, México y Chile son ejemplos y puntos de observancia en su comportamiento, ya que hoy en día, en un mundo donde la globalización es cada vez más evidente, el futuro de estas naciones se convierte en tema de interés general.

En la actualidad las Pymes son motores de desarrollo económico y generadoras de empleo de empleo, entre otros muchos factores relevantes para una economía nacional. De ahí el hecho y la relevancia de conocer que es lo que se está haciendo para impulsar a las Pymes.

En los últimos años, en particular, el Gobierno Federal Mexicano ha hecho varios anuncios de una campaña más fortalecida para impulsar el crédito en las Pymes y así, inyectar vitalidad al gran engranaje capitalista motor de desarrollo económico. (economía, 2014)

El 3 de Julio de 2005, se anunciaron 4,500 millones de pesos de financiamiento bancario para las Pymes a través de Nafinsa y la Secretaria de Economía. Calculando así un apoyo a 18 mil Pymes. Estos créditos se caracterizan por no requerir garantías hipotecarias y una tasa de interés “competitiva”, en realidad una tasa de interés alrededor del 20%.

En el 2010, el total de empresas beneficiadas en la República Mexicana por programas gubernamentales es de 115,123 empresas. De las cuales 30,712 (26.7%) fueron proyectos de financiamiento a empresas, y, 34,411 (73.3%) son; consultoría, seminarios, impulsoras, programas integrales de apoyo, incubadoras, estudios, difusión, exposiciones, generación de oferta, diplomados, formación de agentes, verificación de normas, capacitaciones, talleres, semana Pyme, promoción, fundaciones, desarrollo de franquicias, redes, diseños, metodologías, ferias, manuales, certificaciones y mantenimiento. (NAFIN, 2010)

En la tabla siguiente se muestra de manera desglosada los proyectos dirigidos a financiamiento de empresas en todo el país.

Proyecto	Empresas Beneficiadas
Garantías Pyme.	3,523
Programa para la facilitación de acceso al financiamiento mediante fondos de garantía.	9,477
Extensionismo financiero Coahuila	50
Morelos	19
Sonora	340
Apoyo a los extensionistas financieros	97
Financiamiento SOFOLES	23
Extensionismo financiero Querétaro	8
Sinaloa	79
Michoacán	74
Chiapas	8
San Luis Potosí	75
Programa Nacional para el desarrollo de proyectos de capital en MIPYMES	113
Nayarit	24
Coahuila	342
Programa de garantías	2,671
Fondo de garantía	13,789

TABLA 2.5 Universidad del Noroeste. (2007). Programas de Financiamiento en apoyo a las Pymes. <https://es.slideshare.net/guest4f6930/tipos-de-financiamiento>

3.1 Administración Estratégica

La Administración estratégica es la técnica y ciencia de formular, implementar y evaluar las decisiones internacionales que permitan a la organización alcanzar sus objetivos. Integra a la administración, mercadotecnia, finanzas, contabilidad, producción, operación, investigación, desarrollo y sistemas computarizados de información para alcanzar el éxito de la empresa. (Ortega Castro, 2008)

La empresa debe tener conciencia de los cambios que se presentan dentro del entorno continuamente. Se deben de establecer objetivos que puedan ser medibles y alcanzables, se proponen acciones para poder llevarlas a cabo y conociendo las necesidades de los recursos, como los humanos, físicos, financieros y tecnológicos para poderse llevar a cabo.

El proceso de administración que indica que la organización prepara planes estratégicos y después se debe de actuar conforme a ellos. Toda la empresa sin importar el tamaño que tenga, debe de realizar planeación estratégica esto es porque formula estrategias para las operaciones que realizara diariamente, cumpliendo así sus metas y objetivos.

Mencionado lo anterior, cuando la empresa es un tamaño pequeño, es indispensable realizar una planeación estratégica, puesto que esto, nos brindara una gran ayuda para poder obtener los beneficios esperados del mercado.

3.1.1 Tipos de estrategias

- *Estrategia de negocio o empresarial:* es el plan directo de actuación para un solo negocio. El punto principal de esta estrategia es como construir y fortalecer la posición competitiva en el mercado.
- *Estrategia funcional:* es el plan de actuación directa para el desarrollo funcional de actividades en un negocio. La empresa necesita contar con una estrategia funcional para cada actividad funcional de la misma. Por mencionar alguna,

estrategia de investigación y desarrollo, estrategia de servicio al cliente, estrategia de finanzas, estrategia de recursos humanos, etc.

- *Estrategia operativa*: es el plan de acción dirigido a las unidades claves de la empresa y se encarga de las tareas operativas estratégicamente importantes para el buen funcionamiento de la empresa dentro de su mercado. Estas estrategias cuentan con una gran importancia dentro del plan general de la empresa, es porque proporcionan detalles específicos para el funcionamiento del negocio deseado. (Arevalo, 1998)

3.2 Planeación estratégica

La planeación (o planificación) estratégica es el proceso a través del cual se declara la visión, la misión y los valores de una empresa, se analiza su situación externa e interna, se establecen sus objetivos a largo plazo, y se formulan las estrategias que permitan alcanzar dichos objetivos.

La planeación estratégica se realiza a nivel organizacional, es decir, considera un enfoque global de la empresa, razón por la cual se basa en objetivos y estrategias que parecen simples y genéricos, pero que afectan a una gran variedad de actividades.

Debido también a su carácter organizacional, ésta es realizada por la cúpula de la empresa y proyectada a largo plazo, teóricamente para un periodo de 5 a 10 años, aunque hoy en día en la práctica, debido a los constantes cambios que se dan en el mercado, para un periodo de 3 a un máximo de 5 años.

Otras características de la planeación estratégica son que es móvil y flexible, requiriendo ser revisada cada cierto tiempo para hacerle los ajustes o cambios que fueran necesarios

y, a pesar de ser realizada por la cúpula de la empresa, es un proceso interactivo que involucra a todos los miembros de la empresa.

3.2.1 Etapas de la planeación estratégica

3.2.1.1 Declaración de visión, misión y valores

El proceso de la planeación estratégica empieza por el desarrollo de las declaraciones de la visión, la misión y los valores de la empresa.

La visión indica hacia dónde se dirige una empresa o qué es aquello en lo que pretende convertirse en el largo plazo. La visión responde a la pregunta: “¿qué queremos llegar a ser?”. Un ejemplo sencillo de una declaración de visión es: “Ser la marca líder de autos en el mundo”.

La misión indica el objeto, propósito o razón de ser una empresa. La misión responde a la pregunta: “¿cuál es nuestra razón de ser?”. Un ejemplo sencillo de una declaración de misión es: “Deleitar a nuestros clientes”.

Mientras que **los valores** son cualidades, principios o creencias que posee una empresa. Algunos ejemplos de valores que las empresas suelen declarar como propios son: innovación, honestidad, desarrollo de los trabajadores, responsabilidad social, y trabajo en equipo.

Desarrollar las declaraciones de la visión, la misión y los valores permite establecer una base sobre la cual establecer los objetivos y formular las estrategias, ya que por ejemplo permite establecer objetivos y formular estrategias que ayuden a alcanzar la visión, que sean congruentes con la misión, y que no vayan en contra de los valores.

3.2.2 Análisis externo

Un análisis externo consiste en analizar las diferentes fuerzas o factores que puedan existir en el entorno de una empresa, con el fin de conocer los acontecimientos, cambios y tendencias que suceden en éste.

Análisis FODA:

- *fuerzas económicas*: tasa de crecimiento del producto nacional bruto, tasa de inflación, tasa de interés, etc.
- *fuerzas sociales*: tasas de fecundidad, tasas de mortalidad, migraciones, etc.
- *fuerzas gubernamentales*: regulaciones gubernamentales, leyes de patentes, leyes antimonopolio, etc.
- *fuerzas tecnológicas*: nuevas maquinarias, nuevos procesos productivos, nuevos sistemas de comunicación, etc.
- *consumidores*: necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra, etc.
- *competencia*: recursos, capacidades, estrategias, ventajas competitivas, fortalezas, debilidades, etc.

Realizar un análisis externo tiene como objetivo ulterior detectar oportunidades que podrían beneficiar a la empresa, y amenazas que podrían perjudicarla, y así poder establecer objetivos, y posteriormente formular estrategias, que permitan aprovechar dichas oportunidades o hacer frente a dichas amenazas.

3.2.3. Análisis interno

Un análisis interno consiste en analizar los diferentes elementos o factores que puedan existir dentro de una empresa, con el fin de conocer los recursos y capacidades con los que ésta cuenta.

Algunos de estos elementos o factores son:

- *en el área administrativa*: objetivos, estrategias, políticas, valores, cultura, estructura, planeación, organización, dirección, control, etc.
- *en el área de marketing*: ventas, producto, precio, distribución, promoción, publicidad, servicio al cliente, etc.
- *en el área de finanzas*: liquidez, rentabilidad, capital de trabajo, activos, pasivos, patrimonio, flujo de efectivo, etc.
- *en el área de recursos humanos*: contratación, capacitación, remuneración, incentivos, liderazgo, motivación, desempeño, etc.
- *en el área de producción*: disposición de planta, adquisición de insumos, control de existencias, subcontratación, eficiencia, tecnología, etc.

Realizar un análisis interno tiene como objetivo ulterior identificar las fortalezas y debilidades de la empresa, y así poder establecer objetivos, y posteriormente formular estrategias, que permitan capitalizar dichas fortalezas o superar dichas debilidades, pero que a la vez tengan en cuenta los recursos y capacidades de la empresa.

3.2.4. Establecimiento de objetivos a largo plazo

Los objetivos a largo plazo son objetivos formulados para un periodo de 3 a 5 años, que suelen estar basados en expresiones genéricas, y que una vez alcanzados suelen definir el rumbo de la empresa.

Algunos ejemplos de objetivos a largo plazo son:

- ser la empresa líder del mercado.
- incrementar las ventas.
- generar mayores utilidades.

- obtener una mayor rentabilidad.
- lograr una mayor participación en el mercado.
- ser una marca líder en el mercado.
- ser una marca reconocida en el mercado.

Se deben establecer objetivos a largo plazo que permitan aprovechar las oportunidades o hacer frente a las amenazas, y capitalizar las fortalezas o superar las debilidades, pero que a la vez ayuden a alcanzar la visión de la empresa, y tengan en cuenta la misión y los valores de la misma, así como la situación del entorno y los recursos y capacidades con los que cuenta.

3.2.5. Formulación, evaluación y selección de estrategias

Una vez que se han establecido los objetivos a largo plazo, la siguiente etapa en el proceso de la planeación estratégica consiste en formular, evaluar y seleccionar las estrategias que permitan alcanzar dichos objetivos.

El proceso de formular, evaluar y seleccionar estrategias suele ser el siguiente:

1. se evalúan los resultados del análisis externo (situación del entorno) y del análisis interno (recursos y capacidades), el enunciado de la visión, la misión y los valores, los objetivos a largo plazo, y las estrategias utilizadas anteriormente, hayan tenido o no buenos resultados.
2. se formula un conjunto manejable de estrategias factibles, teniendo en cuenta la información analizada en el punto anterior, especialmente en lo que respecta a los recursos y capacidades con los que cuenta la empresa.
3. se evalúan las estrategias propuestas, determinando las ventajas, desventajas, costos y beneficios de cada una.
4. se seleccionan las estrategias a implementar o ejecutar, y se clasifican de acuerdo a su prioridad o atractivo.

Algunos ejemplos de estrategias son:

- adquisición de uno de los distribuidores o minoristas con los que trabaja la empresa (integración hacia adelante).
- adquisición de uno de los proveedores de la empresa (integración hacia atrás).
- adquisición de uno de los competidores (integración horizontal).
- la búsqueda de una mayor participación en el mercado (penetración de mercado).
- la incursión en nuevos mercados geográficos (desarrollo de mercado).
- mejora de los productos (desarrollo del producto).
- el lanzamiento de nuevos productos (diversificación).
- reducción de costos (encogimiento).
- la venta de una de las divisiones o partes de la empresa (desinversión).
- venta de todos los activos de la empresa (liquidación).
- formación de una sociedad con otra empresa (empresa conjunta).

En general, se deben formular y seleccionar estrategias que permitan alcanzar de la mejor manera posible la visión y los objetivos a largo plazo de la empresa, pero que así como estos últimos, tengan en cuenta también la situación del entorno y los recursos y capacidades con los que cuenta la empresa.

3.2.6. Diseño de planes estratégicos

Los planes estratégicos son documentos en donde se especifica cómo se van a implementar o ejecutar las estrategias formuladas y seleccionadas.

Algunos de los aspectos que se suelen especificar en los planes estratégicos son:

- *objetivos a corto y mediano plazo*: cuáles serán los objetivos a corto y mediano plazo (los cuales son objetivos formulados para un periodo de hasta 3 años, y que suelen ser más específicos que los de largo plazo) que permitirán alcanzar los objetivos a largo plazo.
- *estrategias específicas o cursos de acción*: cuáles serán las estrategias específicas o cursos de acción que se van a realizar con el fin de alcanzar los objetivos a corto y mediano plazo.
- *asignación de recursos*: qué recursos financieros, humanos, físicos y tecnológicos se van a utilizar, y cómo se van a distribuir.
- *encargados y responsables*: quiénes serán los encargados y responsables de la implementación o ejecución de las estrategias.
- *plazos de implementación o ejecución*: cuándo se implementarán o ejecutarán las estrategias, y en qué tiempo se obtendrán los resultados.
- *inversión o presupuesto*: a cuánto ascenderá la inversión o presupuesto destinado a la implementación o ejecución de las estrategias.

En general, los planes estratégicos sirven de guía para la implementación o ejecución de las estrategias, ayudan a tener una mejor coordinación de las actividades necesarias para ésta, y permiten un mejor control y evaluación de los resultados.

3.2.7. Implementación de estrategias

El proceso de la planeación estratégica suele culminar con la etapa del diseño de los planes estratégicos; sin embargo, en ocasiones también se considera a la etapa de implementación de las estrategias como parte de ésta, ya que de nada sirve formular estrategias si éstas no se ponen en práctica.

La implementación de las estrategias consiste en poner en práctica los planes estratégicos previamente diseñados (por ejemplo, hacer efectivo la distribución de los recursos y el nombramiento de los encargados y responsables de implementar las estrategias), además de realizar otras actividades necesarias para la implementación.

Pero además de ello, la implementación de las estrategias también suele implicar:

- *la motivación de los trabajadores*: gran parte del éxito de la implementación de las estrategias radica en la capacidad para motivar a los trabajadores en el cumplimiento de ésta. Una forma de lograr ello es haciéndolos participar en la mayor cantidad posible de etapas que conforman el proceso de la planeación estratégica, y no solo en la etapa de implementación.
- *el manejo de conflictos*: la implementación de estrategias suele generar conflictos debido, por ejemplo, a la disputa por recursos que son limitados o por incongruencias entre los objetivos de dos áreas. Una forma de manejar los conflictos es reuniendo a las partes involucradas para que expongan y discutan sus diferencias.
- *la reducción de la resistencia al cambio*: esta etapa suele implicar también un cambio, sobre todo cuando comprende estrategias que buscan cambiar el rumbo de la empresa, y como todo cambio importante, suele generar ansiedad y, por tanto, resistencia a éste en los trabajadores. Una forma de reducir la resistencia al cambio es asegurándose de que los trabajadores sepan bien lo que está sucediendo y las razones de ello.

A diferencia de otras etapas de la planeación estratégica, la etapa de implementación de las estrategias requiere la participación de la mayor cantidad posible de miembros de la empresa, a los cuales previamente se les debe comprometer con todo el proceso, y motivar en el cumplimiento de los objetivos.

3.2.8. Control y evaluación de estrategia

Finalmente, la etapa de control y evaluación de las estrategias también suele corresponder a la administración estratégica antes que a la planeación; sin embargo, en ocasiones también es considerada como parte de ésta.

El control consiste en hacer seguimiento a la implementación de las estrategias, con el fin de asegurarse de que las actividades se estén realizando de acuerdo a lo establecido en los planes estratégicos o, en todo caso, que ayuden realmente con ésta

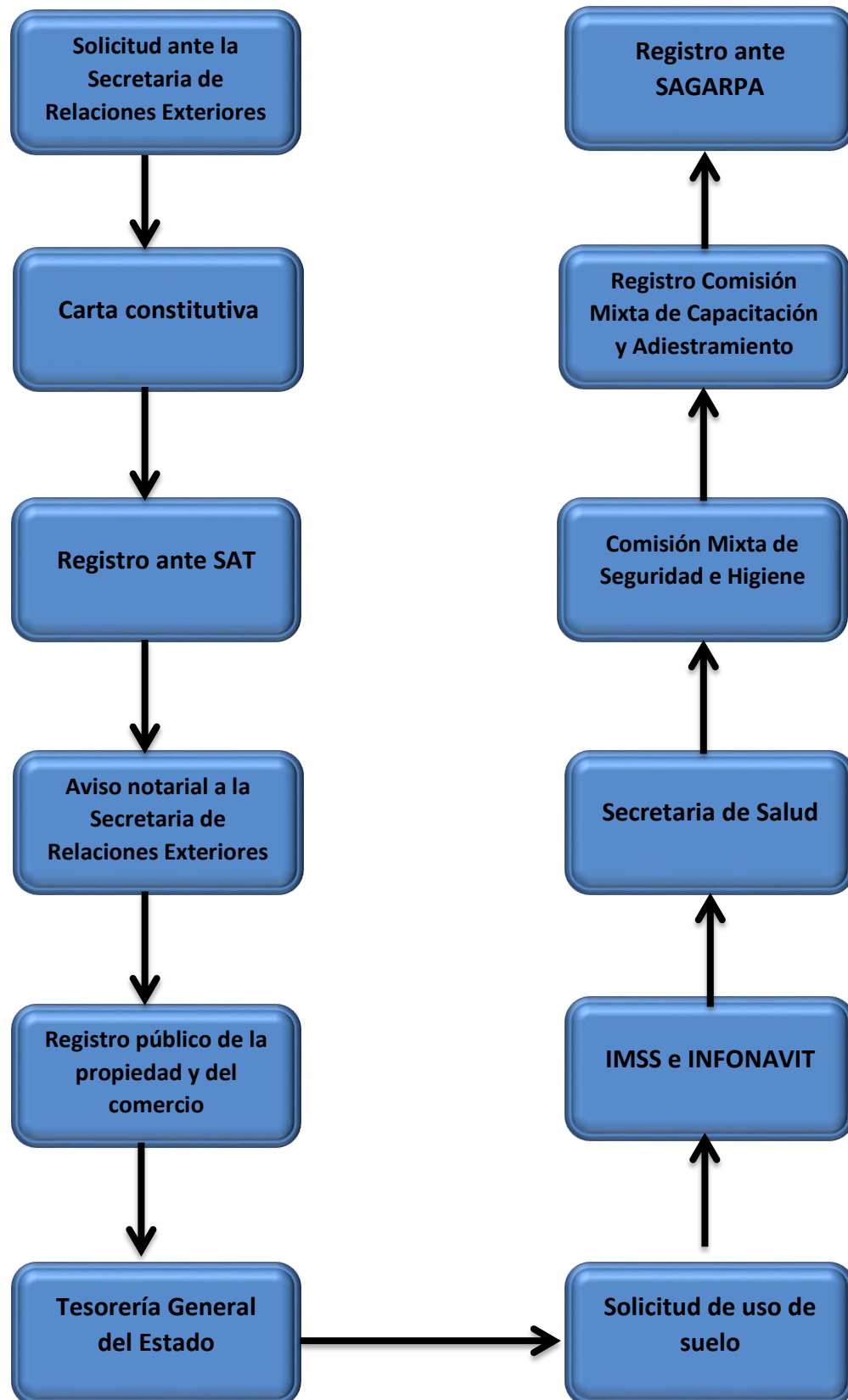


DIAGRAMA 3. Secretaría de Relaciones Exteriores. (2016). Solicitud ante la Secretaría de Relaciones Exteriores. Diagrama.

Mientras que la evaluación consiste en evaluar los resultados de la implementación de las estrategias, con el fin de asegurarse de que se estén cumpliendo los objetivos propuestos, al comparar los resultados obtenidos con los resultados esperados.

Tanto el control como la evaluación implican también tomar las medidas o acciones correctivas que sean necesarias cuando se detectan errores en la implementación o desviaciones con respecto a lo planificado (en el caso del control), o cuando los resultados obtenidos no concuerdan con los resultados esperados (en el caso de la evaluación).

Las medidas o acciones correctivas podrían implicar correcciones en la formulación o implementación de las estrategias, revisiones de la visión, la misión o los objetivos, cambios en el personal encargado de la implementación o una mayor capacitación del mismo, una nueva distribución de los recursos, una mayor inversión y, en último caso, la formulación de nuevas estrategias. (Valencia, 2005)

3.3 Trámites y procedimientos legales para el establecimiento de una empresa

En México, al dar inicio a cualquiera de los tipos de sociedades mercantiles (en nombre colectivo, en comandita simple, en comandita por acciones, de responsabilidad limitada, anónima o cooperativa), se debe dar cumplimiento a una serie de requisitos establecidos en la Ley General de Sociedades Mercantiles (LGSM) y otros ordenamientos jurídicos, en el entendido de que la omisión de algún requerimiento puede desembocar en la irregularidad o inclusive en la nulidad de la empresa.

3.3.1. Solicitud ante la Secretaría de Relaciones Exteriores

El primer paso para establecer una Pyme ante la ley es llenar un formato ante la secretaria de relaciones exteriores dependiendo de la razón social de nuestra empresa, dicho formato lo podemos encontrar directamente de forma gratuita en el portal de dicha entidad.

Emb. Héctor Antonio Romero Barraza,
Director General del Servicio Exterior y de Recursos Humanos,
Secretaría de Relaciones Exteriores,
P r e s e n t e.

México, D.F. a ____ de _____ de _____.

Por medio de la presente, solicito a usted tenga a bien realizar la certificación de firma del (la) miembro del Servicio Exterior Mexicano _____, que obra en _____, que acompaño en original al presente escrito.

Asimismo, señalo como domicilio para cualquier aclaración el ubicado en _____, con el siguiente número telefónico _____, de igual forma autorizo al (los) (la) _____ para que en mi nombre y representación recoja la documentación de referencia.

ATENTAMENTE

Nombre y firma del solicitante

Nota: En el supuesto de que el interesado no pueda recoger el trámite de certificación, podrá autorizar en su solicitud a una persona para que en su nombre recoja la documentación, debiendo de exhibir copia de identificación oficial vigente.

Secretaría de Relaciones Exteriores. (2002). Constitución de Sociedad.
<https://es.slideshare.net/hecadi/sa-1-relaciones-exteriores>

Emb. Héctor Antonio Romero Barraza,
 Director General del Servicio Exterior y de Recursos Humanos,
 Secretaría de Relaciones Exteriores,
P r e s e n t e

México, D.F. a ____ de _____ de _____.

Por medio de la presente, solicito a usted en mi carácter de representante legal de la Sociedad Mercantil denominada _____; personalidad jurídica que se acredita en los términos de la Escritura pública número _____, pasada ante la fe del Notario Público _____, tenga a bien realizar la certificación de firma del (la) miembro del Servicio Exterior Mexicano _____, que obra en _____, que acompañe en original al presente escrito.

Asimismo, señalo como domicilio para cualquier aclaración el ubicado en _____, con el siguiente número telefónico _____, de igual forma autorizo al (los) (la) _____ para que en mi nombre y representación recoja la documentación de referencia.

ATENTAMENTE

Nombre y firma del solicitante

Nota: En el supuesto de que el interesado no pueda recoger el trámite de certificación, podrá autorizar en su solicitud a una persona para que en su nombre recoja la documentación, debiendo de exhibir copia de identificación oficial vigente.

Secretaría de Relaciones Exteriores. (2002). Constitución de Sociedad. <https://es.slideshare.net/hecad/sa-1-relaciones-exteriores>

Requisitos:

- 5 posibles nombres de la sociedad mercantil
- Solicitud mecanografiada, original y dos copias
- Copia de la identificación oficial del interesado

Donde realizar tramite

- Dirección General Adjunta del Servicio Exterior Mexicano de la Dirección General de Servicio Exterior y de Recursos Humanos.

Ubicación

- Plaza Juárez #20, piso 9, Colonia Centro, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06010, México, D.F. (SER, 2014)

3.3.2 Protocolo del acta constitutiva

Un acta constitutiva es el documento necesario y obligatorio para la formación legal de una organización o sociedad, que debe estar redactada y contener datos fundamentales según algunos parámetros comunes, y debidamente firmada por quienes serán integrantes de la sociedad. Desde organizaciones deportivas, de actividad sin fines de lucro, no gubernamentales, organizaciones empresariales y comerciales, de trabajo cooperativo, cualquiera sea el tipo y finalidad de la organización es necesaria un acta constitutiva.

Como se decía, un acta constitutiva debe tener datos básicos, necesarios y fundamentales para que legalmente actúe como un acta constitutiva, “piedra” fundadora de toda organización. Para actividades mercantiles o empresariales, existen pautas fijadas de cómo redactar este tipo de documento. Antes de todo, tres datos de todas las personas que constituyen la sociedad: nombre, domicilio y nacionalidad de cada una de ellas. Luego, el objeto de la asociación, que se denomina “objeto social”, y donde se debe especificar las actividades que cada persona está autorizada a realizar dentro de la organización.

Un dato importante es la razón social, que es, nada más ni nada menos, que el nombre de la sociedad que se está gestando, y que incluye el nombre de todos sus socios, aunque en el caso de que esto no sea posible, puede nombrarse sólo uno y agregar “y compañía” como un complemento. Éste tipo de nombre es característico de las sociedades de responsabilidad limitada (S.R.L). Por ejemplo, en sociedades anónimas (S.A) se utiliza la denominación social, que no debe llevar el nombre de ninguno de sus socios.

A continuación, deben especificarse la duración de la sociedad, que la tradición ha impuesto nombrar como lapso “99 años”, pero no es algo arbitrario, y puede determinarse la cantidad de tiempo (en años) que los socios convengan. Además, se debe especificar el domicilio social que, es el lugar donde los socios se reúnen, y que funciona, legalmente, como el domicilio válido para realizar cualquier trámite.

Luego, se deben nombrar las aportaciones, que conformarán entre todas, el capital social, y puede estar nominado en dinero o en especie (trabajo). Determinados los aportes de los socios, se determinarán las formas de administración, el nombramiento de administradores y las facultades que tendrán los mismos.

Por último, se consignarán las formas de distribución de utilidades y pérdidas, el importe del fondo de reserva y las pautas en casos de disolución, que sentará las bases para liquidar una sociedad mercantil si en algún momento se decide finalizarla, por diferentes situaciones o circunstancias. (TSGDF, 2014)

3.3.3 Inscripción ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT)

El Servicio de Administración Tributaria (SAT) es un órgano desconcentrado de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, que tiene la responsabilidad de aplicar la legislación fiscal y aduanera, con el fin de que las personas físicas y morales contribuyan proporcional y equitativamente al gasto público; de fiscalizar a los contribuyentes para que cumplan con las disposiciones tributarias y aduaneras; de facilitar e incentivar el cumplimiento voluntario, y de generar y proporcionar la información necesaria para el diseño y la evaluación de la política tributaria.

Después de elegir nuestra forma jurídica, y firmar el acta constitutiva ante notario, el siguiente paso es dar de alta la empresa ante el SAT (Servicio de Administración Tributaria).

- **TRÁMITES**

Los siguientes trámites son los que normalmente se realizan, y también pueden observar la documentación principal que se requiere para poder dar de alta de manera satisfactoria a una empresa tal y como lo marca la ley.

1. Obtención del RFC:

En este caso lo más importante es que lleven el acta constitutiva, poder del representante legal que vaya a realizar el trámite (generalmente en el acta constitutiva se incluye dicho poder), comprobante del domicilio donde se va a ubicar la razón social, identificación oficial, CURP y acta de nacimiento.

2. FIEL de la persona física:

Es necesario que primero se obtenga el RFC del representante legal. Para ello antes de la cita deben llevar en una memoria de USB los dos archivos que genera el Software para la generación del certificado y la clave. Aquí escrito el proceso parece más complicado, pero realmente es muy sencillo. En el peor de los casos lo pueden obtener directamente con el asesor del SAT que les ayude en realizar este trámite, pero en cualquier caso no olviden llevar una memoria USB.

3. FIEL de la persona moral:

Este proceso es similar al proceso anterior, pero en este caso se va a obtener la FIEL de la sociedad o persona moral. Seguramente en este proceso le darán el código CIEC, válido para realizar trámites por Internet.

4. Sello digital:

Este trámite es sencillo y se realiza en línea (online). Lo van a requerir para activar su programa de facturación electrónica. Este sello es necesario para que puedan emitir facturas electrónicas.

Estos son los principales trámites que se necesitan realizar para poder dar de alta una empresa ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT) y que así esta pueda operar de manera legal, tal como lo marca la ley.

Cabe mencionar que entre más operaciones realice una organización necesitaran realizar un mayor número de trámites u operaciones ante el SAT para que así puedan seguir operando bajo el marco legal establecido con anterioridad. (SAT, 2014)

3.3.4 Aviso notarial a la Secretaria de Relaciones Exteriores

(SER, 2014) Este trámite lo realiza el Notario o Corredor Público y consiste en notificar a la SRE que ya ha sido utilizado el permiso antes tramitado. Para realizar este trámite deberá presentarse:

1. Tres copias y original del formato SA-5 firmado por el notario,
2. Tres copias del permiso

3.3.5 Presentación ante el Registro Público de la Propiedad y del Comercio

Después de realizar los trámites anteriores, el Corredor o Notario realiza los trámites ante el Registro Público de la Propiedad y del Comercio. Una vez registrada la sociedad mercantil, se entrega una copia original a cada uno de los accionistas. Este paso también lo resuelve el corredor o Notario y lo debe presentar ante el registro público de la propiedad y del comercio. (RPPYC, 2014)

3.3.6 Inscripción ante la Tesorería General del Estado

Este trámite tiene como objeto inscribir a la empresa ante la Tesorería ya sea como matriz o sucursal. A continuación se presenta una relación de los documentos necesarios para inscribirse en el Registro Estatal de Contribuyentes:

1. Formulario de Registro en original y copia.
2. Copia del aviso de inscripción con obligación de retenedor (clave 160) presentado ante el SAT.
3. Comprobante de domicilio.
4. Poder especial o carta poder de identificación.

5. Acta Constitutiva.

3.3.7 Solicitud de uso de suelo ante el Gobierno del Estado

(SEDUVI, 2014) Cuando se pretende establecer una empresa en un inmueble, debe acudirse a la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (SEDUVI) del municipio correspondiente, de acuerdo a la ubicación geográfica de la empresa, para obtener el permiso de Uso de Suelo. El primer paso para obtener este permiso, es acudir al módulo de atención de la SEDUVI del municipio correspondiente, para verificar si de acuerdo con el Plan de Desarrollo Urbano, es factible comenzar el trámite. Para completar dicho trámite hay que presentar la siguiente documentación:

1. Solicitud, firmada por el Propietario, y/o Poseedor, y/o Apoderado y Responsable del Proyecto
2. Plano para Visto Bueno, 2 copias (formato Oficial).
3. Avalúo Catastral, Original y copia.
4. Recibo de pago del Impuesto Predial al corriente, 2 copias.
5. Escrituras notariadas y con sello del registro Público de la Propiedad, 2 copias.
6. Licencia de Uso de Suelo y/o Edificación u otro antecedente, 1 copia.
7. Identificación del Propietario y/o Poseedor, 2 copias (credencial de elector por ambos lados).
8. Copia de Cédula Profesional del Responsable de la Obra.
9. Pago de derechos correspondientes.
10. Indicar el uso de suelo que se pretende.

3.3.8 Registro patronal ante el IMSS e INFONAVIT

Una vez ocurrido cualquiera de los momentos que marca el inicio de las obligación contributiva en materia de seguridad social, el patrón cumplirá con la primera de las nueve fracciones de los artículos 15 de la LSS y 29 de la ley del INFONAVIT, que es la de inscribirse en un plazo máximo de cinco días hábiles.

Para cumplir con la obligación antedicha, el artículo 1º. Fracción I, del RACERF le otorga facultad al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), de establecer los procedimientos que, de acuerdo con la normatividad interna de dicho instituto, son los siguientes:

1. A fin de realizar el trámite de registro patronal correspondiente, el patrón persona física, el representante legal o la persona que se designe acudirá ante la subdelegación que le corresponda, conforme a su domicilio fiscal (véase ámbito de influencia de delegaciones y subdelegaciones del IMSS en la República Mexicana).

2. En los servicios de afiliación (área de patrones), se solicitara la inscripción patronal, presentando la documentación siguiente:

a. Patrón persona física:

- Original y Copia del Registro Federal de Contribuyentes (R-1) alta presentada ante la Secretaria de Hacienda y Crédito Publica (SHCP)
- Original y Copia de identificación oficial (IFE), (SMN), Licencia de manejo o pasaporte vigente.
- Comprobante de domicilio a nombre del patrón o persona física (recibo de luz, teléfono, predial, contrato de arrendamiento, etc.).
- Croquis de ubicación del domicilio.
- En caso de que el negocio se encuentre establecido en el domicilio particular y carezca de documentación oficial, es necesario presentar cualquier documento que pruebe la identidad del patrón y con el cual se pueda definir el domicilio para efectos de notificación.

- Si quien realiza el trámite no es el patrón, entonces se anexará carta poder simple e identificación (IFE), (SMN), licencia o Pasaporte de la persona que recibe el poder.

b. Patrón persona moral:

- Original y Copia del aviso de registro (R-1), alta presentada ante la SHCP.
- Original y Copia de acta constitutiva.
- Original y Copia del certificado de inscripción en el Registro Público de Comercio.
- Original y Copia del poder notarial del representante legal (en caso de ser extranjero, se presentará la forma FM-3 que se refiere a la autorización para trabajar en México, expedida por la Secretaría de Gobernación).
- Original y Copia de identificación oficial (IFE), (SMN), Licencia o pasaporte vigente.
- Comprobante de domicilio al nombre del patrón persona física (recibo de luz, teléfono, predial, contrato de arrendamiento etc.).
- Croquis de ubicación del domicilio.
- Si quien realiza el trámite no es el representante legal del patrón, entonces se anexará carta poder simple e identificación (IFE) ,(SMN), licencia o pasaporte vigente de la persona que recibe el poder.

3. El personal del área de patrones de los servicios de afiliación revisará la documentación descrita y por excepción, en caso de que se carezca de alguno de los documentos oficiales, el patrón o representante legal elaborará un escrito donde se haga responsable solidario de los actos legales de la empresa y donde se establezca el compromiso de entregar la documentación faltante en un plazo perentorio.

4. Los formatos se leerán cuidadosamente y todos los espacios se llenarán, a excepción de donde se indique “para uso exclusivo del IMSS”; el llenado se hará en máquina de escribir y, si es manuscrito, deberá ser hoja por hoja y con letra de molde legible.

Las firmas autógrafas se incluirán en todos los formatos, tanto en los originales como en las copias.

6. Cuando los formatos estén debidamente llenados , se entregaran al jefe de los servicios de afiliación para su revisión y recepción correspondiente (no se aceptara la documentación si no está completa y es la correcta).

7. Se proporcionara el (los) Nombre(s) de la(s) persona(s) que estará(n) facultada(s) para realizar los trámites cotidianos (como presentación de avisos de inscripción, aclaraciones etc.), así como una carta poder simple.

8. El jefe de los servicios de afiliación extenderá un contra recibo por la documentación, para proceder al trámite correspondiente, indicando al patrón que su registro patronal autorizado le será entregado en su domicilio por personal facultado por la oficina de verificación, en un plazo de 15 a 20 días.

9. El jefe de los servicios de afiliación registrara al patrón, le asignara el número correspondiente, elaborara la credencial y abrirá el expediente que será turnado a la oficina de verificación

10. El personal de los servicios de verificación de auditoria a patrones realizara la visita domiciliaria a fin de comprobar lo siguiente:

- a. Que el Domicilio indicado en la documentación efectivamente corresponda a la del patrón que solicita el registro.
- b. Que la actividad reportada en l documentación sea la que realmente se desarrolla en el domicilio del patrón; para ello, se efectuara un recorrido por las instalaciones.
- c. Que el número de trabajadores inscritos se encuentren en el domicilio del patrón; para esto, el verificador realizara entrevistas y la entrega personal del aviso de inscripción a cada trabajador.
- d. Si se encuentran trabajadores no inscritos por el patrón, el verificador solicitara la inscripción en ese momento y así quedara regularizada su situación.

- e. Que los salarios que están reportados en los avisos realmente sean los percibidos por los trabajadores; para esto, el verificador solicitara nóminas y registros correspondientes.
 - f. Que la integración de los salarios se hayan efectuado conforme a lo establecido en la nueva Ley del Seguro Social.
11. El verificador elaborara un informe de la visita y si el domicilio, la actividad o la integración de los salarios no son los correctos, dejara citatorio al patrón para que se presente en las oficinas de la subdelegación y realice las aclaraciones correspondientes.
12. Si el verificador encuentra que toda la información proporcionada por el patrón es la correcta, entregara el registro patronal debidamente autorizado, con la documentación siguiente:
- a. Credencial de registro patronal.
 - b. Copia del formato Afil-01, “Aviso de inscripción patronal”, debidamente sellado y aceptado por el IMSS.
 - c. Copia de la Clem-01, formato SSRT-01-003, “Inscripción de las empresas en el seguro de riesgo de trabajo”, debidamente sellado y recibido.
 - d. Copia de los formatos Afil-02 de los trabajadores inscritos ante el IMSS.

Se debe recordar que el tramite está integrado al proceso único de afiliación IMSS-INFONAVIT, por lo que el patrón al realizarlo quedara automáticamente afiliado en las dos instituciones de seguridad social. (IMSS, 2014), (INFONAVIT, 2014)

3.3.9 Registro ante la Secretara de Salud

Cuando se va a establecer una empresa, la Secretaría de Salud considera tres esquemas de responsabilidad hacia dicha Secretaría:

- La licencia sanitaria para las empresas de mayor riesgo.
- El aviso de funcionamiento para las empresas de menor riesgo.
- La liberación total de los giros que no constituyen riesgo para la salud.

Para realizar cualquiera de los trámites anteriores ante la Secretaría de Salud, existen diversos formularios para los distintos giros comerciales. En el presente texto se incluyen los dos más usuales:

- El relacionado con giros de alimentos, bebidas o artículos de belleza y limpieza.
- El formulario relativo a otras actividades industriales que solo requieren el “Aviso de Funcionamiento”

Los requisitos que la SS solicita dependen del giro en el que se desarrolle la empresa. Para el formulario incluido en este capítulo se deberá presentar:

1. Forma oficial de la Secretaría de Salud.
2. Copia del acta constitutiva.
3. Copia del acta ante el SAT.
4. Copia de identificación oficial con fotografía del representante legal.
5. En caso de que una persona distinta al apoderado legal realice el trámite, se debe presentar además una carta poder simple, junto con una copia de identificación legal de la persona que realiza el trámite. (SS, 2014)

3.3.10 Inscripción de la Comisión Mixta de Seguridad e Higiene ante la Secretaría del Trabajo

Este trámite se deriva de la obligación que tiene el empresario en su papel de patrón, de crear una comisión, cuyo objetivo sea investigar las causas de los accidentes y enfermedades dentro de la empresa, proponer medidas para prevenirlos y vigilar que se cumplan estas normas.

Para constituir la Comisión, el patrón debe realizar una sesión con los miembros que haya seleccionado para la Comisión, y con la representación del Sindicato, si lo hubiera. En dicha sesión se levantará el acta de integración correspondiente que debe contener los siguientes datos:

- Datos generales de la empresa.
- Registro Federal de Contribuyentes.
- Registro patronal ante el IMSS.
- Domicilio, teléfono, fax, correo electrónico.
- Rama o actividad económica.
- Fecha de inicio de actividades.
- Número de trabajadores de la empresa.
- Nombre de los integrantes de la Comisión: Coordinador, Secretario, Vocales.
- Número y datos de los centros de trabajo en los que rige la Comisión.
- Fecha de integración.
- Nombre y firma del representante del patrón.
- Nombre y firma del representante de los trabajadores.

El acta deberá ser exhibida cuando la autoridad laboral lo requiera. (STPS, 2014)

3.3.11 Registro ante la Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento.

La Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento es el grupo de trabajo responsable de vigilar la instrumentación, la operación del sistema y de los procedimientos que se implanten para mejorar la capacitación y el adiestramiento de los trabajadores, sugerir medidas tendientes a perfeccionarlos, conforme a las necesidades de los trabajadores y de la propia empresa.

Para constituir la Comisión, obligatoria para cada empresa, hay que elaborar un Acta Constitutiva, donde se especifiquen las bases generales de su funcionamiento y llenar el Formato “DC-1”.

Estos dos documentos no requieren presentarse ante la autoridad, puesto que la Comisión es de registro interno; sin embargo, la Secretaría de Trabajo y Previsión Social puede solicitar en cualquier momento la presentación del Acta Constitutiva, la forma DC-1 y los informes de las actividades realizadas en los últimos 12 meses. (STPS, 2014)

3.3.12 Registro ante SAGARPA

No todas las empresas necesitan realizar algún trámite ante esta Secretaría, ya que depende de las materias primas que utilicen, los desechos que su proceso productivo genere o algunas otras circunstancias especiales.

Para saber con exactitud si el giro de la empresa que se pretende instalar, necesita algún permiso o certificación ante esta Secretaría, se tiene que hacer un escrito dirigido al Delegado Estatal de la SAGARPA (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación), en el cual se explique el proceso productivo, los materiales y sustancias que intervienen en él, los desechos que generará el mismo proceso y cualquier información importante, para determinar los trámites necesarios, a fin de evitar procedimientos posteriores con esta autoridad. (SAGARPA, 2014)

3.4. Industria limpia

Industria Limpia es un programa que permite integrar un sistema de gestión ambiental que posibilita el cumplimiento normativo, que es evaluado en forma integral, sistemática, objetiva y documentada de como una empresa, su personal y su equipo operan con el objetivo de proteger al medio ambiente. En otras palabras, el compromiso que la empresa tiene en relación al medio ambiente y con el cumplimiento normativo en la materia, que además mejora el uso de los recursos no renovables y la energía.

3.4.1 Beneficios de la certificación de industria limpia

- Permite lograr importantes ahorros a través de la minimización de la generación de todo tipo de residuos, especialmente los peligrosos. Se ahorra en costos de disposición y se disminuyen los riesgos de salud y laborales. Un porcentaje importante de los recursos invertidos en mejora ambiental son deducibles de impuestos.
- Reducción de la tasa en las primas del IMSS y otros seguros.
- Se reduce la frecuencia y severidad de los posibles accidentes, con lo que disminuyen las horas-hombre perdidas y los daños a las instalaciones y a la propiedad de terceros.

- Se mejora la imagen de la empresa, ante los consumidores de sus productos y hacia el público en general. Proyección en el mercado de exportación. Se mejoran los productos al mejorar las condiciones generales de la empresa.
- La empresa se mantiene libre de las inspecciones y sanciones por no cumplimiento de la normatividad.
- Ahorro por concepto de menores cuotas por tratamiento de agua y menores consumos de energía.
- Permite detectar y corregir problemas potenciales en los procesos de transformación.
- La empresa propone la forma de resolver las irregularidades que detectó.

3.4.2 Obtener la certificación como Industria Limpia

Aviso de incorporación La Organización presentará a la PROFEPA (La Procuraduría Federal de Protección al Ambiente) su aviso de incorporación de acuerdo a los requisitos y la documentación establecida.

Plazo para la aceptación La Procuraduría revisará la documentación presentada y, en su caso, registrará y comunicará a la Organización su registro en el PNAA (Programa Nacional de Auditoría Ambiental), dentro de los quince días hábiles siguientes a la fecha de presentación del aviso de incorporación.

- **INICIO DE AUDITORIA**

Plazo de inicio La Organización iniciará la auditoría, dentro de los treinta días hábiles a partir de la fecha de presentación del aviso de incorporación.

Reunión protocolar de inicio El programa de trabajo y periodo de actividades de campo y gabinete será presentado por el Auditor, en la reunión protocolar que se efectuará en las instalaciones de la Organización a auditar, a cuyos efectos, ésta deberá notificar a la Procuraduría el lugar, fecha y hora de la reunión.

Desarrollo de trabajos de campo El Auditor iniciará y coordinará la ejecución de los trabajos de campo en apego al plan de auditoría, y la Procuraduría podrá supervisar los mismos.

Situación crítica de riesgo Cuando el Auditor detecte una situación crítica de riesgo en el desarrollo de los trabajos de campo deberá comunicarla a la Organización y a la Procuraduría. La primera implementará el programa de acciones correspondiente y la segunda dará seguimiento al mismo.

Reunión protocolar de cierre Una vez que el Auditor concluya los trabajos de campo, acordará con la Organización la celebración de la reunión de cierre y firma de minuta con la participación necesaria de la Procuraduría. El Auditor entregará a la Organización, para su revisión, el reporte de auditoría ambiental.

Entrega de reporte. Una vez aceptado por la Organización el reporte mencionado deberá ser presentado a la Procuraduría, para su revisión, dentro de los 20 días hábiles de la fecha de conclusión de los trabajos de campo.

Dictamen La Procuraduría revisará el reporte de auditoría ambiental y comunicará a la Organización y emitirá las observaciones que considere procedentes.

Certificado sin Plan de acción Cuando del reporte de auditoría ambiental resulte que no hay actividades correctivas por desarrollar y en consecuencia, no exista plan de acción que ejecutar, la Procuraduría procederá a la entrega del certificado correspondiente.

- **CONVENIO DE CONCERTACIÓN DE PLAN DE ACCIÓN**

Firma La Procuraduría y la Organización auditada suscribirán un convenio de concertación, dentro de los 40 días hábiles siguientes a la recepción del reporte de auditoría ambiental, en el que se señalarán los compromisos de ésta última para llevar a cabo el plan de acción derivado de la misma.

Informes de avance De acuerdo al convenio de concertación, la Organización auditada presentará a la Procuraduría los reportes de avance de plan de acción, pudiendo la misma, verificar las acciones reportadas.

Incumplimiento del plan de acción En caso de incumplimiento de alguna actividad del plan de acción o de éste, la Organización auditada deberá solicitar prórroga debidamente sustentada a la Procuraduría.

Excepción de actividades A solicitud de la Organización, la Procuraduría podrá exceptuar la realización de una o más actividades comprendidas en el plan de acción, en el caso de que las mismas resultaren improcedentes por cambios en la legislación o modificaciones producidas en las instalaciones auditadas que tornen ineficaces las mismas.

Aviso de conclusión de actividades del Plan de acción Una vez concluidas las actividades del plan de acción la Organización lo hará del conocimiento de la Procuraduría, la cual podrá verificar dicho cumplimiento.

Obtención de certificado Si la Procuraduría no hiciere observación alguna al cumplimiento del plan de acción, otorgará a la Organización auditada el certificado correspondiente dentro de los treinta días hábiles siguientes a la fecha en que le fue presentado el aviso de terminación de los trabajos.

Vigencia de certificado El certificado tendrá una vigencia de dos años y podrá ser prorrogado a petición del interesado siempre y cuando se cumpla con los requisitos establecidos.

4.1 Orígenes

A iniciativa del Sr. Raúl Jiménez oriundo de León, Guanajuato, en el año 2000, crea un negocio ambulante de enseres para la cocina familiar integrado por cucharas de madera, de peltre, de plástico, entre otros; así, como vajillas para una o cuatro personas en diferentes presentaciones: diferentes tipos de cuchillos; entre otros, todo esto para la compra-venta.

Para ello contaba con un predio de 100 X100 metros localizado en Avenida Francisco Villa, Manzana 34, lote 4, depto 105. C.P. 55010. Municipio de Ecatepec, Estado de México

En la primera década del siglo XXI este negocio contaba con una fuerza laboral de 2 trabajadores con sueldo fijo, uno como vendedor ambulante y otro como cobrador, el cual usaba como medio de transporte una motocicleta. El transporte de mercancía se realizaba por medio de triciclos de bicicleta.

En sus inicios estaba bajo el régimen económico subterráneo y la zona que se manejaba era un tanto reducida, a causa de la poca fuerza laboral con la que se contaba en ese momento y con la poca variedad de artículos que tenía en exhibición. Todo esto por ser nuevos en el negocio y en la zona.

A medida que el tiempo transcurría, las cosas iban mejorando, esto a raíz de ir ganando fuerza en el mercado y en la zona. Se fue haciendo de la confianza de los habitantes de las colonias aledañas y es así como surge una mayor demanda en los productos que el negocio maneja y en consecuencia las ventas aumentaron de manera sustancial, provocando así un incremento en los beneficios económicos, tanto para el negocio, como para el señor Raúl Jiménez.

Una vez afianzada la zona de venta, se toma la decisión de expandir el negocio a otras zonas un tanto más alejadas de la casa matriz, para ello fue necesario hacerse de

Los servicios de 4 trabajadores más, para que en total fuese una fuerza laboral de 6 trabajadores con sueldo fijo.

Es entonces que para el año 2012 se cuenta con 3 vendedores ambulantes y 3 cobradores. Cabe mencionar que para que esto se pudiese llevar a cabo tuvo que haber una inversión de \$1'000,000.00 M. N., para la adquisición de un vehículo automotor en cuyo interior se pudiera alojar la mercancía que se iba a exhibir ya fuese en las esquinas, tianguis o algún otro sitio, para así poder adquirir 2 motocicletas usadas pero de buen estado a la vez, el poder adquirir productos extras que se necesitarían para poder satisfacer las necesidades de las nuevas zonas de trabajo.

4.2 Desarrollo

Debido a los problemas políticos que se estaban suscitando (2005) en el estado de Guanajuato los hijos del Sr. Raúl, los hermanos Juan, Ramiro y María llegan a residir en el municipio de Ecatepec, Edo. de México, que siguiendo la actividad de su padre (el comercio) y el dimensionamiento de su lugar de residencia deciden seguir la labor; para ello y, considerando la clientela (doméstica y de tianguis o mercado sobre ruedas) que sus progenitores tenían, que era la de (compra-almacenaje-venta) de artículos para la cocina como son los enseres (cucharas metálicas y de madera, cuchillos en diferentes presentaciones y usos, coladeras de plástico y metálicas, entre otros), y otros utensilios domésticos.

Con la llegada de sus hijos y el derrame económico que traían, el estancamiento del crecimiento del negocio desaparece. Esto porque deciden ampliar la gama de productos con lo que se comercializaba, para ello incursionar en lo referente a la línea blanca como son las ollas exprés, licuadoras extractores de jugos, y todo aquello que se relaciona en la cocina según las necesidades de los clientes. Para ello deciden empezar con una amplia cantidad de artículos los cuales son transportados por un vehículo automotor con poco kilometraje recorrido en buenas condiciones para trabajar.

Para el año 2014 ya que no se cuenta con los recursos suficientes para poder expandir el negocio como el padre y los hijos lo desean, esto es debido a que para poder hacer una nueva expansión es necesaria una nueva inversión en cuanto al capital, pero esta vez debe de ser mucho mayor que la anterior, para así poder satisfacer la demanda que surgirá a partir de la expansión de la zona de trabajo.

Es por esto que el señor Raúl, está pensando en hacer uso de alguno de los préstamos que le ofrecen algunos bancos y poder aprovecharlos de la mejor manera, para así poder formalizar su negocio ante el estado y entonces buscar la manera de tener un almacén más grande y que su fuerza laboral vaya en aumento, para que así pueda obtener mayores beneficios económicos.

Para ello tuvo que cambiar de régimen informal a régimen formal al darse de alta en el SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA (SAT) de la SHACP con el nombre social de “Casa Águila”. Esto para aprovechar los programas gubernamentales en apoyo a las Pymes (Pequeñas y Medianas Empresas), para así tener un crecimiento mayor que beneficie tanto a su empresa, a su familia y, al país.

4.3 Esquema del proceso de “Casa Águila”

En esta parte del trabajo de investigación se presenta esquemáticamente el Diagrama de proceso de abastecimiento para “Casa Águila” donde la parte de Cobro y la venta son dos factores muy importantes para el abastecimiento de los diferentes artículos y productos que se comercializan a los clientes actuales y futuros. (Ver Imagen 4.1).

1. Venta
2. Cobro.
3. Abastecimiento

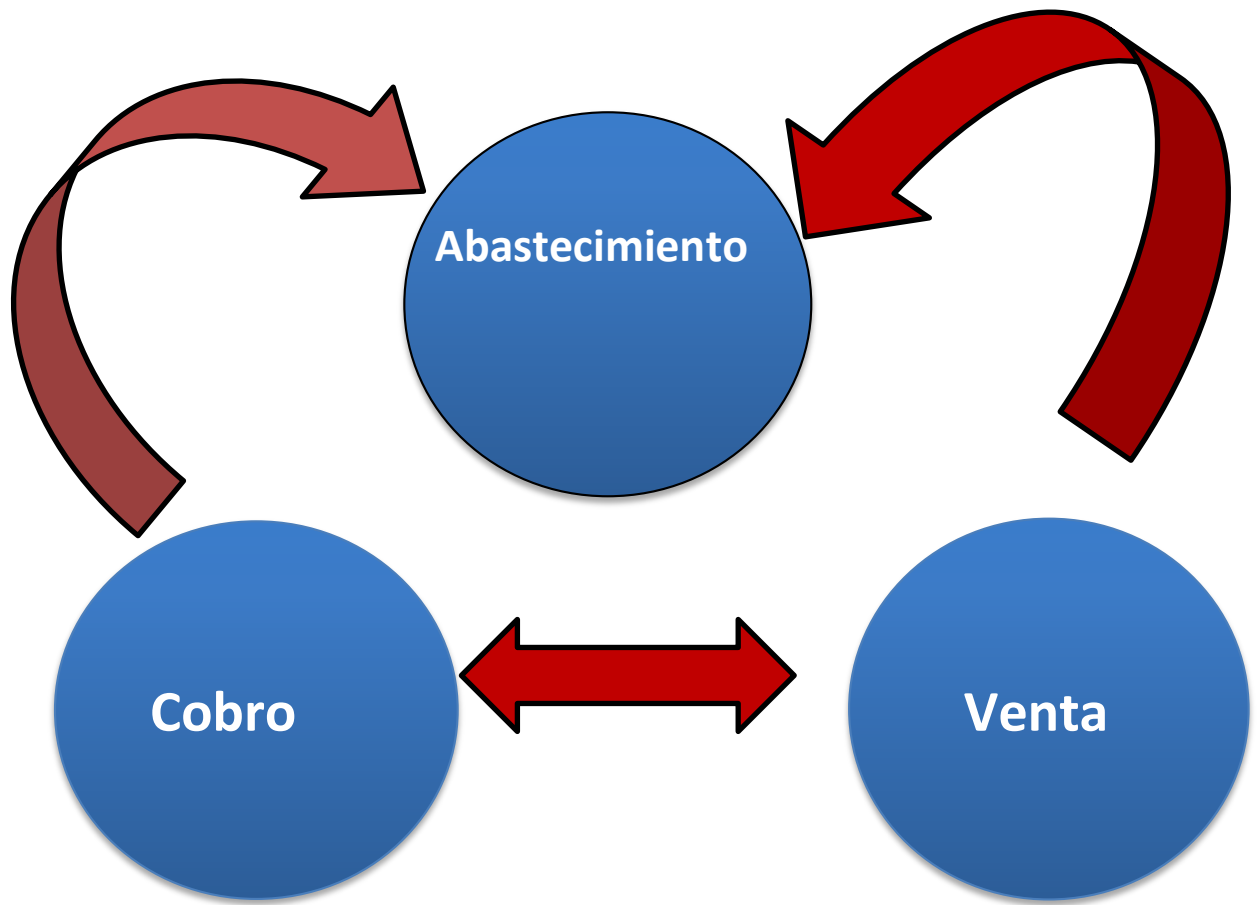


Imagen 4.1 Mota, J. (2016). Esquema del proceso Abastecimiento—Venta-Cobro.

4.3.1 Descripción de actividades

A continuación se describe a detalle las actividades actuales por las cuales se rige el negocio informal “Casa Águila”, el que ha sido en esencia el mismo desde sus orígenes, que datan desde el año 2000.

4.4 Abastecimiento de productos

Para poder dar inicio a las actividades programadas, es necesario abastecer el almacén de manera adecuada, esto se realiza de manera periódica. Cabe mencionar que no existe un calendario adecuado de reordenamiento, ni existe algún inventario de seguridad para prevenir faltantes en caso de alguna fuerte demanda que pudiese surgir en una o varias mercancías.

Es por ello que el almacén es abastecido en periodos intermitentes, teniendo como prioridad artículos solicitados por clientes o por la inexistencia total de algún producto.

Los artículos que maneja “Casa Águila” están enfocados a las necesidades que se presentan cotidianamente dentro de un hogar de una familia mexicana promedio. Por ejemplo alguno de estos artículos, podemos encontrar dentro del almacén enceres menores como son:

- Licuadoras
- Baterías de cocina
- Planchas
- Cristalería

El centro de abastecimiento de “Casa Águila” tiene su ubicación en el lado noroeste de la Delegación política Azcapotzalco de la Ciudad de México, recorriendo así aproximadamente 40 kilómetros de ida y 40 kilómetros de regreso lo que un total de 80 kilómetros para poder abastecer su almacén, teniendo en cuenta además un gasto de tiempo aproximado de 4 horas, contemplando el tiempo de recorrido total y el tiempo requerido para realizar la compra de los productos necesarios también contemplando la carga y descarga de los productos y

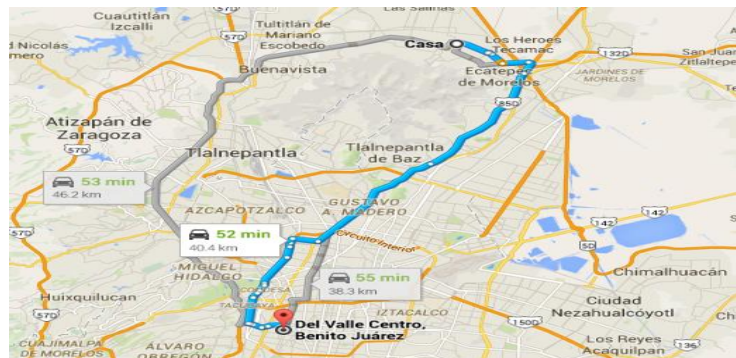


Imagen 4.2 Google Maps. (2016). Ruta de abastecimiento de “Casa Águila” <https://es.slideshare.net/guest4f6930/tipos-de-financiamiento>

artículos adquiridos, tanto en el centro de adquisición, como el del propio lugar de almacenamiento en Ecatepec de Morelos. (Ver imagen 4.2)

4.5 Política para la venta de los productos

Una vez que el almacén ha sido abastecido de manera satisfactoria, es momento de iniciar la planeación de las ventas de dichos artículos para que el proceso siga su rumbo sin ningún inconveniente. Actualmente se cuentan con cuatro vendedores y sus respectivos vehículos motorizados.

Para ello, el Administrador hace el siguiente proceso:

Primero.- Dar aviso físicamente y/o por e-mail a los vendedores que el almacén ya ha sido abastecido satisfactoriamente entregándole una lista donde viene indicado la descripción, las existencias y el precio de venta al usuario;

Segundo, visitar el almacén que guarda los productos que se comercializarán para ver físicamente las diferentes mercancías que han llegado.

Y, por último realizar los pedidos que serán cargados en cada de sus transportes para iniciar el recorrido que han planeado, con la finalidad de surtir de las diferentes mercancías o enseres para la cocina que necesita la gente que hará uso del servicio que presta Casa “Águila”

Actualmente los trabajadores que ejercen la función de vendedores un día antes entregan al administrador la orden de venta la cual indica la cantidad de los diferentes productos que creen que comercializarán en su ruta previamente establecida.

Al día siguiente llegan a muy temprana hora al almacén para recibir los productos de lo que se harán cargo de vender en sus respectivas zonas de trabajo; cada trabajador recibe un cierto número de productos de acuerdo al criterio del dueño, basándose, en su experiencia, así como en sus ventas pasadas.

Cada uno de los productos que es entregado a dichos vendedores, son verificados en la orden de venta. Cabe mencionar que, además de recibir los productos para su posterior venta, a cada uno de dichos comisionista, se le hace entrega de un cierto

número de tarjetas de venta-cobro; igualmente dependiendo del número de artículos que se le hayan otorgado para su venta de ese día. .

En dicha tarjeta de venta-cobro el vendedor llenará dos de esas tarjetas para llevar un correcto registro de lo adquirido por la gente; es decir, cuando se realiza una venta de algún producto, se llenan dos tarjetas con los mismo datos, para que una sea entregada al cliente y otra es entregada a la administración para su posterior cobro siempre y cuando sea a crédito; sino, en un block de notas se irá indicando lo que va vendiendo por día.

4.5.1 Procedimiento de ventas

El trabajo consiste en la venta directa y a crédito de enceres menores para el hogar, aprovechando los tianguis de diferentes zonas de Coacalco y Ecatepec del Estado de México, como puntos de venta, ofreciendo dichos productos a crédito, facilitando los pagos de manera periódica, ya sea de manera semanal, quincenal o mensual siempre adecuándose a las necesidades del cliente, para así ofrecerle un servicio que se acomode a sus posibilidades económicas.

Una vez que los puntos de venta se encuentran establecidos de manera correcta, los productos son exhibidos de manera adecuada, de tal manera que los productos sean atractivos a la vista para todo aquel transeúnte que pase por los alrededores de dichos puntos de ventas ambulantes. Cuando todo está preparado de manera adecuada, es deber del vendedor hacer promoción de los productos que están disponibles para su venta, es entonces que, cuando un cliente muestra interés por alguno de los enceres que están a la vista y está dispuesto a adquirir dicho producto, el vendedor en turno debe de proceder a explicar de manera detallada el procedimiento que es necesario realizar para poder cerrar la venta de manera satisfactoria para ambas partes.

Para ello existen tres (3) tipos de ventas posibles que se pueden durante un día de trabajo normal de “Casa Águila”, a continuación se explicara el procedimiento que debe de realizar el vendedor para poder llevar a cabo cada uno de los tipos de venta lo cuales son:

- Venta directa desde el lugar de trabajo. .
- Venta por cambaceo
- Venta por pedido a domicilio.

Dónde: Para la primera que es Ventas directas desde el lugar de trabajo.- Una vez que el cliente está interesado en adquirir uno de los productos que ofrece “Casa Águila”, el vendedor procede a seguir con el protocolo de venta establecido previamente por el dueño y director de la pequeña empresa.

Inicia con la obligación que tiene el vendedor de explicar de manera detallada al cliente que va a adquirir el producto todos los requisitos que se necesitan para poder hacerle entrega del producto que solicita.

Ya que se han aclarado todos los detalles de la venta-cobro, el vendedor debe de proceder a realizar el cuestionario de rutina, en donde se le harán una serie de preguntas al cliente, esto para saber si es una persona a la que se le pueda otorgar el crédito que ha solicitado o no.

Las preguntas de rutina son:

- ¿A qué se dedica?
- ¿Ingresos mensuales promedio?
- ¿Renta o vive en casa propia?
- ¿Tiempo de vivir en el domicilio actual?

El vendedor, una vez que haya escuchado la información proporcionada del cliente, deberá de decidir si dicha persona es alguien a la que se le pueda otorgar un crédito, pues tendrá la posibilidad de cubrir de manera satisfactoria los pagos de manera puntal del producto que está solicitando.

Si, el vendedor accede a otorgar el crédito a la persona que lo ha solicitado, es momento de pedir a dicho cliente una serie de documentos, que deberá de entregar para así, poder cerrar la venta. Los documentos que se les solicita son:

- Copia de una identificación oficial.
- Copia de comprobante de domicilio.
- Copia de la credencial de elector de un aval.

Cuando el cliente haga entrega de los documentos solicitados por el vendedor, este los revisara para cerciorase de que la información coincide; si esta información es correcta y todo se encuentra en orden, es momento de cerrar la venta y ver los detalles de los pagos y del cobro del producto solicitado por el cliente.

El vendedor y el cliente deben de llegar a un acuerdo mutuo, para especificar las fechas de pago que realizara el cliente, para así coordinarse con el cobrador para que todo salga de manera correcta. Los pagos pueden ser de manera semanal, quincenal o mensual eligiendo también el día que más se acomode al cliente, teniendo como una restricción que no pueden ser los días viernes, por ser días de descanso para todos los trabajadores de “Casa Águila”, aunque existe una acepción, si una quincena cae en día viernes, este se deberá de trabajar, pues no cobrar representaría pérdidas para la empresa.

También, se debe de llegar a un acuerdo sobre el monto de dinero que el cliente deberá de pagar, de acuerdo al periodo de pago que haya elegido, los pagos no tienen restricción, pudiendo ser así desde \$ 50.00, \$100.00, \$ 150.00, \$ 200.00 M:N:, etc. Cabe mencionar que los pagos no influyen en el precio del producto, es decir este es el mismo siempre, no importando la cantidad de pagos que se realicen, pues todo va de acuerdo a las necesidades y comodidad del cliente.

Una vez que se ha pactado el periodo y las fechas en las cuales el cobrador ira al domicilio proporcionado por el cliente a recoger el abono correspondiente del producto, así como también la cantidad de dinero correspondiente que deberá de cubrir el cliente, es momento para cerrar la venta de manera satisfactoria.

Una vez cerrada la venta el vendedor explicara al cliente que en la menor brevedad posible irán a su domicilio a hacer entrega del producto solicitado, esto es para tener toda la seguridad de que el cliente efectivamente haya proporcionado información verídica sobre su domicilio, para así evitar estafas por parte de los clientes.

Después de realizarse esto último, el vendedor procede hacerle llegar la información de la venta realizada a las oficinas, para que estas, manden a un cobrador al domicilio proporcionado para hacer entrega del producto solicitado en tiempo y forma.

Al llegar al domicilio proporcionado se procederá a la entrega del producto, teniendo como protocolo el llenado de dos tarjetas de cobro con los datos del cliente que ha solicitado el producto, las tarjetas se llenan de igual manera, esto es para que, una tarjeta se la quede el cliente y la otra el cobrador, esto para llevar un control más seguro de los dos partes.

Cuando son llenadas las tarjetas y existe conformidad por las dos partes, entonces, se procede a hacer entrega del producto: Para la aceptación del producto se deberá de verificar el estado en que es recibido; esto, para comprobar que el producto que se encuentra en óptimas condiciones.

Una vez que el cliente queda satisfecho y haya recibido el producto que ha solicitado el cobrador le presentare un pagare en blanco, este pagare lo deberá de llenar y firmar el cliente de conformidad, todo esto para estar seguros de que la transacción es seria y que todo puede marchar a la perfección.

PAGARÉ No. BUENO POR \$

En a de de
Lugar y fecha de expedición

Debo(mos) y pagaré(mos) incondicionalmente por este Pagaré a la orden de
Nombre de la persona a quien ha de pagarse

en el
Lugar del pago Fecha del pago

La cantidad de:

Valor Recibido a mi (nuestra) entera satisfacción. Este pagaré forma parte de una serie numerada del 1 al y todos están sujetos a la condición de que, al no pagarse cualquiera de ellos a su vencimiento, serán exigibles todos los que le sigan en número, además de los ya vencidos, desde la fecha de vencimiento de este documento hasta el día de su liquidación, causará intereses moratorios al tipo de % mensual, pagadero en esta ciudad juntamente con el principal.

Datos del deudor: Nombre: Dirección: Tel.: Población:

Acepto(amos)
Firma(s)

Escriba al reverso los datos personales y firma(s) de(los) aval(es).

Formato 4.1 Casa Aguila. (2010).Pagaré en blanco el cual será llenado por el vendedor y firmado por el cliente



Imagen 4.3 TodoAutos. (2009).VOLKSWAGEN COMBI 1992, 1500cc.
<http://www.todoautos.com.pe/f51/vw-volkswagen-combi-1992-1500cc-101341.html>

Una vez que un cliente está interesado en adquirir uno de los productos que se la han ofrecido, el vendedor seguirá un protocolo de venta, el cual es parecido a las ventas mencionadas en párrafos anteriores, solo habiendo unas cuantas variantes en el proceso de venta.

Para ello el vendedor explicará al cliente de forma detallada el procedimiento de venta-cobro, para que este tome una decisión de si está de acuerdo o no en adquirir el producto que le ha interesado.

Cuando el cliente accede a adquirir el producto se procederá con el cuestionario de rutina, el cual es exactamente el mismo que al de las venta directas desde el lugar de trabajo, esto se hace para saber si el cliente es una persona la cual podrá cubrir de manera puntual los pagos de su producto que ha solicitado y entonces saber si es una persona a la cual se le puede proporcionar su crédito sin mayor problema.

Si el vendedor de acuerdo a su criterio le otorga el crédito al cliente se le pedirán los documentos necesarios para poder seguir con el procedimiento de venta de manera

correcta. Para esto los documentos que se le solicitan, en este caso de venta por cambaceo solo son:

- Copia de una identificación oficial.
- Copia de la credencial de elector de un aval.

Cuando el cliente haga entrega de dichos documentos, todo está listo para seguir con el procedimiento de rutina para la venta de los productos.

Al igual que las ventas en los tianguis, el cliente y el vendedor deberán de llegar a un acuerdo mutuo acerca de los pagos a realizar, es decir tendrán que definir los días en los que el cobrador deberá de pasar al domicilio por el respectivo pago, pudiendo ser de manera semanal, quincenal o mensual.

A su vez también se tendrá que llegar a un acuerdo acerca del monto económico que deberá de cubrir cada fecha de abono en la cual el cobrador pasará al domicilio del cliente a recoger el pago correspondiente.

Ya que todo está aclarado y las dos partes están conformes con lo acordado, el vendedor entregará de forma física el producto que ya ha adquirido el cliente, este producto deberá de ser revisado tanto por el cliente como por el vendedor, para que se cercioren ambas partes de que el artículo se encuentra en óptimas condiciones, para que así no existan malos entendidos ni reclamaciones posteriores.

Una vez que el cliente y el vendedor revisan el correcto funcionamiento del artículo adquirido, es momento de proceder al llenado de las tarjetas de venta-cobro, recordando que son dos tarjetas las que se deberán de llenar, una es para la administración de “Casa Águila” y otra para que el cliente, todo esto para que exista un mejor control.

Cuando las tarjetas son llenadas de manera correcta y todo marcha a la perfección es momento del último paso en el protocolo de venta; este, último paso consiste en el llenado del pagaré, como protocolo de seguridad de la venta pues se han dado casos de fuga o de negación a seguir pagando.

Si no existe alguna inconformidad con esto, el pagaré será llenado de manera correcta por el vendedor para que después sea firmado por el cliente, una vez que todo se encuentra en orden el vendedor se retirara de manera amable ofreciéndole sus futuros servicios para alguna futura posible adquisición del cliente.

Y por último la tercera venta que es la venta por pedido.- Este tipo de venta es un poco inusual para la empresa “Casa Águila” ya que es poco solicitado, pero que en ocasiones suele presentarse y es un deber para “Casa Águila” atender y dar el mejor servicio al cliente.

Esta comercialización es del tipo especial por ocurrir cuando el cliente llega a solicitar a “Casa Águila” por medio de su vendedor un artículo que no se encuentra dentro del catálogo actual que maneja en ese momento VENTAS, por lo regular se tratan de artículos de que van desde un tamaño mediano a grande y que por lo tanto pudiesen requerir de un traslado especial, como pudiesen ser artículos que van desde televisores, pantallas, estufas, lavadoras, etc.

Este tipo de ventas solo se les autoriza a aquellas personas que son consideradas clientes de confianza; para esto, es necesario que aquella persona que ha solicitado un artículo de características especiales haya adquirido por lo menos 2 o más de los productos que ofrece la empresa y que siempre cumplida en tiempo y en forma con los pagos correspondientes a sus artículos solicitados con anterioridad cubriendo sin mayor inconveniente el monto total de sus productos; solo así, y sin alguna otra excepción el cliente se convertirá en una persona de carácter cien por ciento confiable.

Después de que se haya analizado su historial crediticio para el cliente solicitante, de algún artículo denominado especial y la administración en conjunto con el dueño de “Casa Águila” hayan tomado la decisión de otorgarle un crédito especial al cliente que lo ha solicitado a través del cobrar o por vía telefónica es momento de dar el siguiente paso en el proceso:

El artículo que ha sido encargado y que previamente ya ha sido aprobado es mandado a traer directamente de cualquiera de los centro de distribución que son

clientes localizados en la Ciudad de México, para ser entregado en donde se encuentra el almacén de distribución de Casa “Águila”.

Cuando el artículo es entregado en el domicilio de Casa Águila, debe de ser revisado para asegurarse que todo se encuentra en orden y así no existirá inconveniente alguno a la hora de hacer la entrega. Una vez que todo se encuentra en orden el artículo es enviado al domicilio del cliente por medio de un vehículo especial acompañado de vendedor para así poder cerrar la transacción.

Al llegar al domicilio del cliente el artículo deberá de ser entregado hasta la puerta de la casa de dicha persona, ambas partes, tanto el cliente como el vendedor deberán de revisar que el artículo se encuentra en óptimas condiciones para que no exista desconfianza cuando se realice el encendido por parte del cliente.

Antes de finalizar con los procedimientos de rutina para poder cerrar la venta de manera satisfactoria, el cliente deberá de acordar junto con el vendedor, como parte del protocolo de rutina para todas las ventas de “Casa Águila”, el periodo exacto en el que el cobrador podrá pasar al domicilio por los pagos correspondientes, así como la cantidad de dinero que deberá de cubrir por cada periodo de tiempo.

Una vez que todo está claro y que no existe ningún problema es momento de hacer el trámite de rutina para toda clase de ventas con la única diferencia que, en este caso por ser un cliente de confianza no será necesario entregar copias de comprobantes como los solicitados en las otras ventas.

Aclarado esto lo único que procede en este caso es hacer el correcto llenado de las dos tarjetas de venta-cobro como protocolo de rutina para cualquier tipo de venta que realice “Casa Águila”, esto para llevar un correcto control de ambas partes para que no exista ningún tipo de confusión en los pagos abonados al productos y así evitar conflictos posteriores a causa de algún mal entendido.

Cuando ambas tarjetas son llenadas de manera y correcta, lo único que faltaría por cubrir de acuerdo al protocolo de rutina de cada venta de la empresa “Casa Águila”, es el llenado del pagaré como último requisito para cerrar la venta de manera correcta, esto es para tener la seguridad de que el cliente se compromete a pagar el artículo,

Aunque no es del todo necesario pues el cliente es de toda la confianza para la empresa, pero se debe de realizar pues es parte del protocolo de las ventas.

Una vez que el pagare es llenado y firmado de manera correcta es momento de finalizar y cerrar la venta de manera satisfactoria para ambas partes, el vendedor se deberá de retirar de manera cordial y de manera atenta despedirse del cliente, ofreciendo por ultimo sus servicios para la futuras comprar que desee hacer el cliente.

4.6 Cobro de los artículos y productos

El procedimiento de cobro de los productos de “Casa Águila”, es algo que en apariencia no parece algo tan complejo, pero en realidad se requiere de una buena coordinación entre la administración y los empleados que ejercen como cobradores.

Una vez que están marcadas las zonas de cobro de cada una de los trabajadores de la Casa Águila, es momento de hacer el recorrido, apenas sean las 9:00 AM los cobradores deben de presentarse a la oficina de Casa Águila que dicho sea de paso es el domicilio del dueño, esta reunión es para que se le sean entregadas las tarjetas de los artículos que deberán de cobrar ese día.

orden y el cliente se encuentre satisfecho el cobrador deberá de retirarse de manera cortés deseando un buen día al cliente.

Al final de la jornada de trabajo y cuando el cobrador haya recorrido todos los domicilios de las tarjetas correspondientes al día, deberá de regresar a la oficina a entregar las cuentas al dueño de las tarjetas que fueron cobradas durante esa jornada, cuando todo este aclarado el cobrador entregará la motocicleta al dueño y se retirará para mañana regresar a una jornada más de trabajo.

4.6.1 Procedimiento

El procedimiento de cobro de los productos de Casa Águila, es algo que en apariencia no parece algo tan complejo, pero en realidad se requiere de una buena coordinación entre la administración y los empleados que ejercen como cobradores.

En la actualidad Casa Águila tiene trabajando a tres empleados que ejercen la función de cobradores, estos son repartidos de acuerdo a cada zona de trabajo, la cual por el momento de a dividido en tres, una por cada cobrador que trabaja para Casa Águila.

Una vez que están marcadas las zonas de cobro de cada una de los trabajadores de la Casa Águila, es momento de hacer el recorrido, apenas sean las 9:00 AM los cobradores deben de presentarse a la oficina de Casa Águila que dicho sea de paso es el domicilio del dueño, esta reunión es para que se le sean entregadas las tarjetas de los artículos que deberán de cobrar ese día.

Cuando la tarjetas son repartidas a cada cobrador, estos deben de retirarse a cobrar de inmediato, trasladándose cada uno en una motocicleta diferente, estas 3 motocicletas son de la propiedad de Casa Águila , siendo estas prestadas para que puedan realizar su trabajo de cobrador de la manera más eficiente.

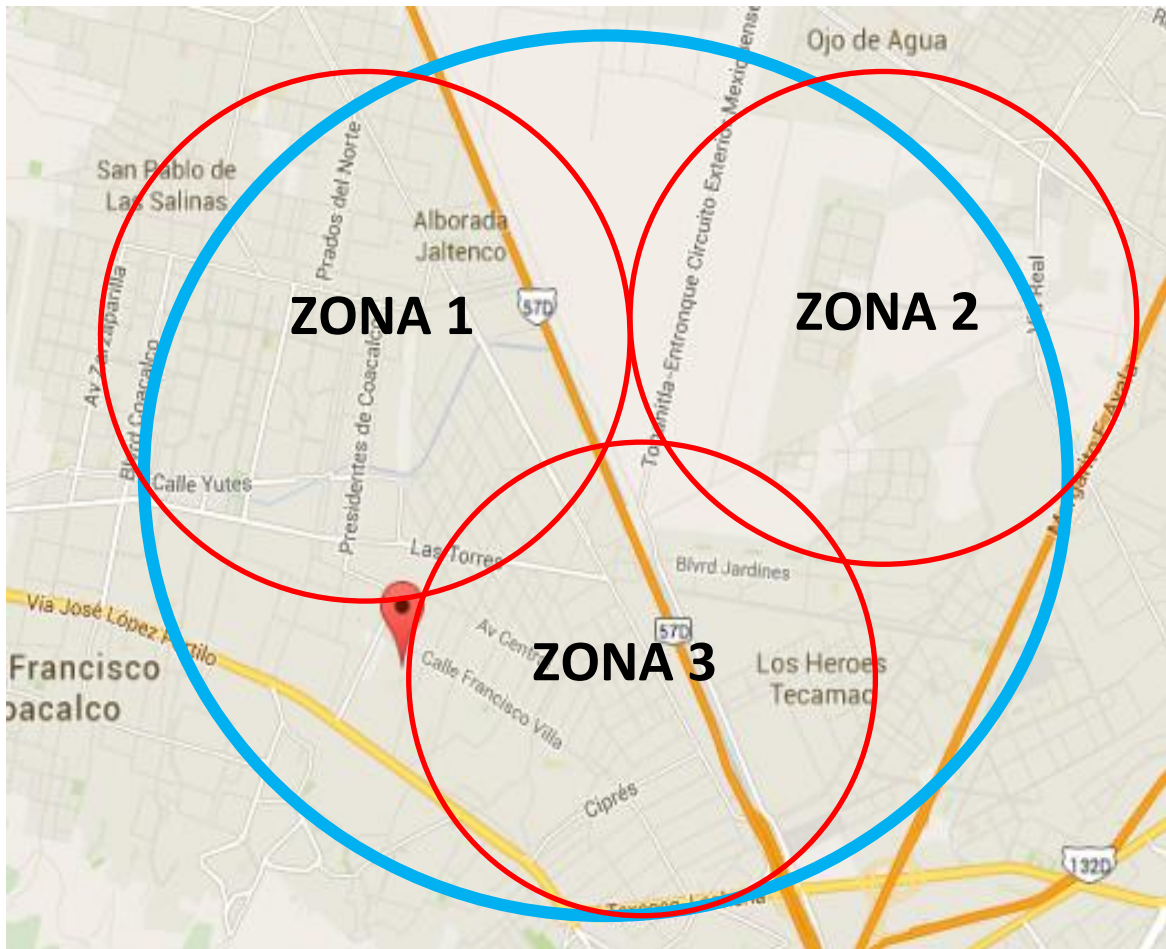


Imagen 4.5 Google Maps. (2016). Zonas de cobro de “Casa Águila”
<https://es.slideshare.net/guest4f6930/tipos-de-financiamiento>

El cobrador deberá de dirigirse a cada uno de los domicilios marcados en las tarjetas que se le asignaron ese día de trabajo, al llegar a un domicilio señalado es cobrador deberá de seguir un procedimiento de cobro, siendo este el mismo para todos.

Al llegar, el cobrador deberá de tocar a la puerta de cliente de manera cortés, una vez que el cliente haya abierto la puerta, el cobrador deberá de presentarse de manera

cortes ante del cliente y deberá de pedir el pago correspondiente al artículo que adquirió con anterioridad.

Cuando el cobrador haya recibido una respuesta positiva y el cliente haya dado su pago correspondiente, el cobrador deberá de registrar el pago en las dos tarjetas, la que le pertenece al cliente y la que le pertenece a Casa Águila, una vez que todo esté en orden y el cliente se encuentre satisfecho el cobrador deberá de retirarse de manera cortes deseando un buen día al cliente.

Al final de la jornada de trabajo y cuando el cobrador halla recorrido todos los domicilios de las tarjetas correspondientes al día, deberá de regresar a la oficina a entregar las cuentas al dueño de las tarjetas que fueron cobradas esa jornada, cuando todo este aclarado el cobrador entregara la motocicleta al dueño y se retirara para iniciar nuevamente su jornada de trabajo al otro día.

4.7 Catalogo de los artículos de “Casa Águila”

A continuación se presentan los diferentes productos con los que empezó a comercializar la “Casa Águila”. (Ver Tabla 4.1).

Casa Águila			
Articulo	Marca	Modelo	Especificaciones
Licuadaora	Oster	BVLB07	Procesador de alimentos y licuadaora todo en uno.
Licuadaora	Oster	450-10	Cromada de 1 velocidad
Licuadaora	Oster	4125	Clásica centro de cocina
Licuadaora	Oster	465-42	Licuadaora clásica
Licuadaora	Oster	450-20	Licuadaora clásica

Olla exprés	Ecko	Tradicional	8 Litros
Olla exprés	Ecko	Vanguardia	8 Litros
Olla exprés	Ecko	Tendencia	8 Litros
Batería de cocina	Euro	Acero inoxidable	10 piezas
Batería de cocina	Euro	Vitrificada	10 piezas
Batería de cocina	Euro	Teflón	10 piezas
Batería de cocina	Suiza	Acero inoxidable	10 piezas
Batería de cocina	Suiza	Vitrificada	10 piezas
Batería de cocina	Suiza	Teflón	10 piezas
Sartén Eléctrico	Euro	EE33	12 pulgadas
Sartén Eléctrico	Euro	AB580	12 pulgadas
Sartén Eléctrico	Oster	CKSTSFM05	16 x 12 pulgadas
Sartén Eléctrico	Oster	CKSTGR3009	16 x 12 pulgadas
Freidora	Euro	JL-12JB	Capacidad de 2 Litros
Freidora	Taurus	973.946	Capacidad de 3 Litros
Freidora	Taurus	972.923	Capacidad de 2 Litros
Vajilla Porcelana	Santa Anita	Porcelana	12 piezas

Vajilla Cerámica	Santa Anita	Cerámica	12 piezas
Vajilla Vidrio	Santa Anita	Vidrio	12 piezas
Juego de sartenes	Jimena	Acero inoxidable	5 piezas
Juego de sartenes	Jimena	Teflón	5 piezas
Extractor de jugo	Euro	EXT-23F	Casero
Extractor de jugo	Euro	EXT-443G	Uso rudo
Cafetera	Euro	DGR757	6 tazas
Cafetera	Euro	DFR34	8 tazas
Cafetera	Taurus	Coffeemax 6	6 tazas
Cafetera	Taurus	Bequia Digital	12 Tazas
Cafetera	Taurus	Napoli	12 Tazas
Juego de cubiertos	Euro	Acero inoxidable	18 piezas
Juego de cubiertos	Euro	Acero inoxidable	24 piezas
Juego de cubiertos	Taurus	Acero inoxidable	18 piezas
Juego de cubiertos	Taurus	Acero inoxidable	24 piezas
Tostadora	Taurus	Planet Duplo	Tostador de ranura larga

Tostadora	Taurus	Planet II	Tostador compacto
Horno	Oster	6058	1200W/ 20L
Horno	Taurus	Horizon 30	1500W / 30L
Batidora	Oster	2532	6 Velocidades
Batidora	Taurus	Prima	5 Velocidades y Turbo
Plancha	Panasonic	NI-E500CRDZ	Suela en U de cerámica
Plancha	Panasonic	NI-E250TRGZ	Suela en U de titanio

Tabla 4.1 Casa Aguila. (2010) Catálogo de línea blanca. Enseres Menores.

4.8 Desarrollo Histórico de la demanda de productos

En esta parte del trabajo de titulación, se presenta

El comportamiento del negocio “Casa Águila” que ha tenido la demanda desde su inicio que data desde el año 2000, hasta la actualidad (2016): esto, con la finalidad de proyectar su crecimiento que podría tener el negocio de “Casa Águila” en unos 20 años adicionales. (Ver gráfico 4.1).

AÑO	VENTAS \$	INCREMENTO %
2000	1,500,000.00	-----
2001	1,750,000.00	14.29
2002	1,850,000.00	5.41
2003	1,990,000.00	7.04
2004	1,955,000.00	-1.79
2005	2,200,000.00	11.14
2006	1,950,000.00	-12.82
2007	2,800,000.00	30.36
2008	2,875,900.00	2.64
2009	3,790,800.00	24.13
2010	3,900,300.00	2.81
2011	4,895,250.00	20.32
2012	5,980,000.00	18.14
2013	7,500,000.00	20.27
2014	8,962,000.00	16.31
2015	8,950,000.00	-0.13
2016	9,600,500.00	6.78
PROMEDIO	4,261,750.00	10.30

Tabla 4.2 Casa Aguila. (2016). Demanda de ventas en el periodo 2000-2016

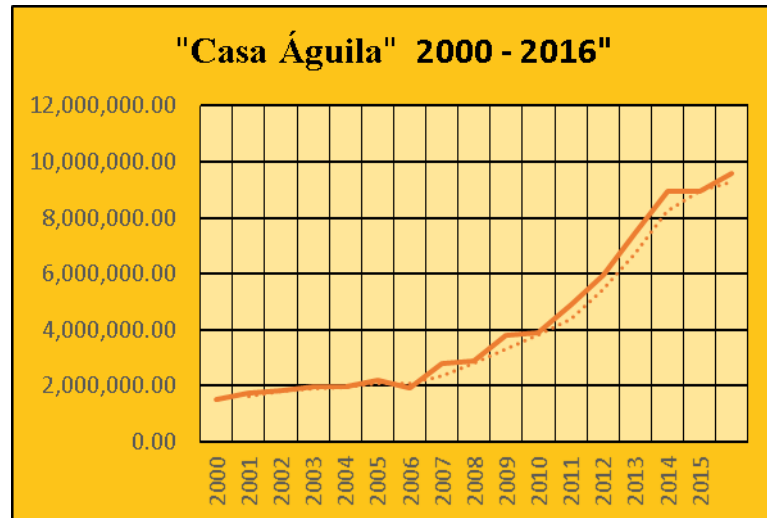


Gráfico 4.1 Mota, J. (2016) Demanda de ventas en el periodo 2000-2016 Gráfica.

La información que proporcionan los datos estadísticos en el periodo 2000-2016 son significativos, ya que:

1. El promedio de los 17 años es de \$ 4'261,750.00 M: N.,
2. El promedio de incremento es del 10.30%; y,
3. La tendencia media móvil se aproxima a la venta estimada que se realizó en el año 2016 que fue de: \$ 9'600,500.00 M.N. (nueve millones seiscientos mil quinientos pesos moneda nacional)

Considerando que del total de la venta el 35% es la utilidad neta, el 15% son los costos indirectos y el 50% es la compra de los enseres y productos de la línea blanca.

4.8.1 Plan de crecimiento a 20 años (2017-2036)

El plan de crecimiento para la empresa "Casa Águila" está conformado de la siguiente:

1. Inmediato plazo:
2. Corto plazo:
3. Mediano plazo:

4. Largo plazo:

- a) 1ª. Etapa,
- b) 2ª. Etapa.

Dónde:

Para el inmediato plazo que es el año inicial.- Lo primero que se debe de realizar es que el negocio de enseres domésticos y línea blanca deje de pertenecer a la economía subterránea y se convierta en empresa con declaración de impuestos. Para ello deberá registrarse en el Sistema de Administración Tributaria (SAT) que pertenece a la Secretaria de Hacienda y Crédito Público (SACP).

Posteriormente asistir a la institución bancaria que menos interés le cobre por préstamo relacionado a las Pymes por la cantidad de \$ 3'000,000:00 M: N: a pagar en tres (3) años: con tasa fija de interés del 12% anual. Que equivale a pagar mensualmente \$ 93,333.33 M.N., que equivalen en forma anual la cantidad de \$ 1'120,000.00 anuales [\$ 1'000,000.00 (préstamo anual) + 120,000 (interés del 12% anual)], cuyo pago total por los tres años será de \$ 3'360,000.00 M. N.

Por lo que para realizar el pago de los \$93'333,33 pesos 33/100 M: N: el Sr. Jiménez tomando como base los \$9'600,500.00 M. N., del año 2016, para el año 2017 sus ventas tendrán que incrementarse el 25% de lo vendido en el año anterior: es decir \$ 2'400,125.00 M. N., con lo cual la venta esperada será de \$ 12'000,625.00 M. N.

Con respecto al corto plazo que es de cuatro (2018 - 2022).- Para este periodo se recomienda que siga con la misma tasa de crecimiento que es del 25% inicial. Es decir como lo indica la tabla 4.2 y el gráfico 4.2.

AÑO	VENTAS \$
2016	9,600,500
2017	12,000,625
2018	15,000,781
2019	18,750,977
2020	23,438,721
2021	29,298,401



Tabla 4.3 y Gráfico 4.2 Mota, J. (2016) Demanda esperada al inmediato y corto. Gráficas.

En lo referente al mediano plazo (2022–2027).- La tasa de crecimiento será del 20% anual referente al año 2021. Es decir, que para el 2022 la venta total para ese año tendrá un monto de 35'158081.00 M.N. y así sucesivamente hasta el año 2026. Como se indica en la siguiente tabla y gráfico. (Ver Tabla 4.4 y Gráfico 4.3).

AÑO	VENTAS \$
2022	35,158,081
2023	42,189,697
2024	50,627,637
2025	60,753,164
2026	72,903,797



Tabla 4.4 y Gráfico 4.3 Mota, J. (2016) Demanda esperada para el mediano plazo.(2022-2026) Tabla y Gráfica

Y por último, para el largo plazo el cual está dividido en dos etapas, donde cada una es de cinco años respectivos. Se estima que para la primera etapa (2027-2031) el crecimiento de ventas sea del 10%; y, para la segunda etapa (2031-2036) la demanda de enseres y línea blanca sea del 5% anual con respecto al anterior año. (Ver Tablas 4.5 y, 4.6; y, gráficos 4.4 y 4.5).

AÑO	VENTAS \$
2027	83,839,366
2028	96,415,271
2029	110,877,562
2030	127,509,196
2031	146,635,576



Tabla 4.5 y Gráfico 4.4 Mota, J. (2016) Demanda estimada de ventas para el largo plazo 1ª Etapa (2027-2031). Tabla y Gráfica.

AÑO	VENTAS \$
2032	161,299,133
2033	177,429,047
2034	195,171,951
2035	214,689,147
2036	236,158,061

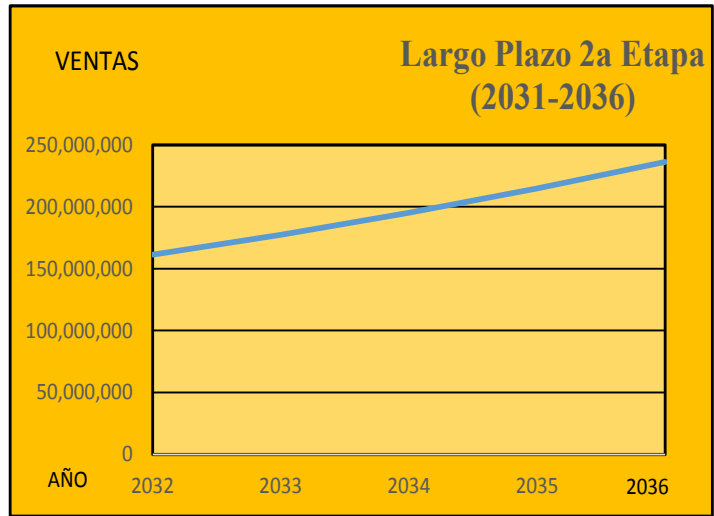


Tabla 4.6 y Gráfico 4.5 Mota, J. (2016). Demanda estimada de ventas para el largo plazo. Tabla y Gráfica.

En esta parte del tema se presenta en forma general el crecimiento que se espera de la empresa “Casa Águila, S: A: de C: V”, en el periodo 2017-2031. Considerando que año tras año se deberá comparar los resultados obtenidos con lo planeado; para así hacer las correcciones pertinentes a favor o en su caso ajustar su comercialización a la realidad.

En la gráfica se presenta el crecimiento esperado de ventas para la propuesta de ventas 2017-2036.

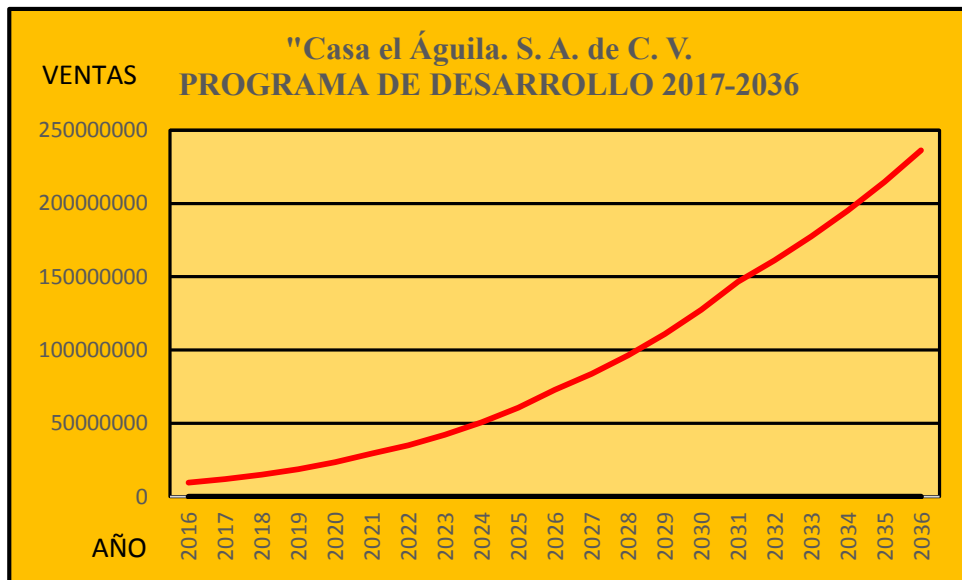


Gráfico 4.6 Mota, J. (2016). Demanda estimada para el periodo 2017-2036. Gráfico.

4.9 Estudio de factibilidad

En este subtema se llevará acabo el estudio de factibilidad para saber si es necesario solicitar un préstamo bancario. Esto con la finalidad de invertirlo en la adquisición de más mercancía; la cual será comercializada con sus clientes y el de expandirse más en el Estado de México y otras entidades federativas cercanas o distantes de su entidad.

Para ello se presenta la tabla con la inversión (costo directo) que se hará en las diferentes etapas de crecimiento, los costos indirectos, la utilidad esperada y la venta bruta de los enseres de cocina y línea blanca. (Ver tabla 4.7); así como su gráfica correspondiente. (Ver gráfico 4.7).

AÑO	VENTAS \$
2016	9,600,500
2017	12,000,625
2018	15,000,781
2019	18,750,977
2020	23,438,721
2021	29,298,401
2022	35,158,081
2023	42,189,697
2024	50,627,637
2025	60,753,164
2026	72,903,797
2027	83,839,366
2028	96,415,271
2029	110,877,562
2030	127,509,196
2031	146,635,576
2032	161,299,133
2033	177,429,047
2034	195,171,951
2035	214,689,147
2036	236,158,061

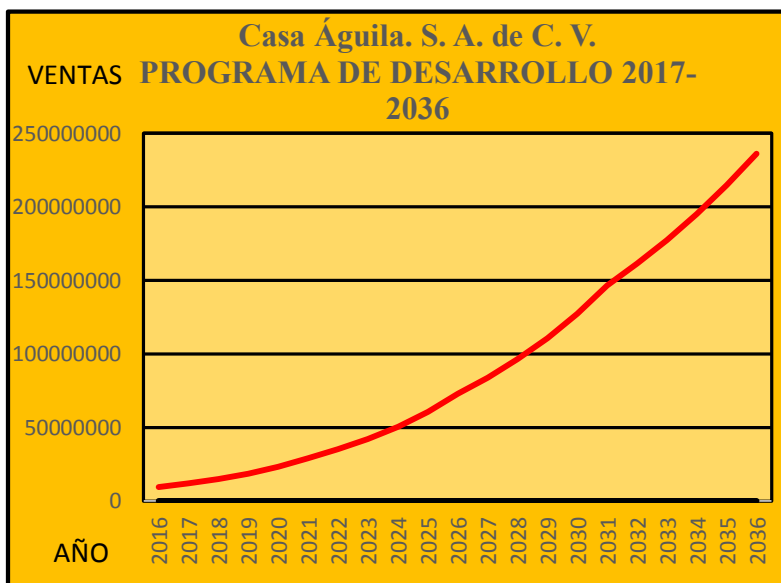


Tabla 4.7 y Gráfico 4.7 Mota, J. (2016). Demanda propuesta para el periodo 2017-2036.
Tabla y Gráfica

La política económica que siempre ha realizado para la venta de sus artículos de enseres para la cocina y línea blanca, es lo siguiente: Por cada peso que se invierte para adquirir un producto al distribuidor mayorista este se duplica dos veces; es decir, por un peso M.N. este se convierte en dos pesos M.N.

Esto indica que cada dos pesos de venta es el 100% de los cuales el 50% que es un peso es el costo directo o de compra, el 20% del 100% (40 centavos) cubren los costos indirectos tales como son el pago de impuestos, el consumo eléctrico y el del agua, el teléfono, Internet, gastos de representación, viáticos, gasolina, papelería, salarios, comisiones,....; y el resto que son el 30% del 100% (sesenta centavos) es la utilidad neta, la cual se utiliza para realizar nuevas inversiones para la empresa.

Con la información descrita en el párrafo anterior se observa lo siguiente: (Ver Tabla 4.8 y Gráfico 4.8).

AÑO	COSTO DIRECTO \$	COSTO INDIRECTO \$	UTILIDAD \$	VENTA \$
2016	4,800,250	1,920,100	2,880,150	9,600,500
2017	6,000,313	2,400,125	3,600,188	12,000,625
2018	7,500,391	3,000,156	4,500,234	15,000,781
2019	9,375,488	3,750,195	5,625,293	18,750,977
2020	11,719,360	4,687,745	7,031,616	23,438,721
2021	14,649,200	5,859,680	8,789,520	29,298,401
2022	17,579,041	7,031,616	10,547,424	35,158,081
2023	21,094,849	8,437,939	12,656,909	42,189,697
2024	25,313,818	10,125,527	15,188,291	50,627,637
2025	30,376,582	12,150,633	18,225,949	60,753,164
2026	36,451,898	14,580,759	21,871,139	72,903,797
2027	41,919,683	16,767,873	25,151,811	83,839,366
2028	48,207,636	19,283,054	28,924,581	96,415,271
2029	55,438,781	22,175,512	33,263,269	110,877,562
2030	63,754,598	25,501,839	38,252,759	127,509,196
2031	73,317,788	29,327,115	43,990,673	146,635,576
2032	80,649,567	32,259,827	48,389,740	161,299,133
2033	88,714,523	35,485,809	53,228,714	177,429,047
2034	97,585,976	39,034,390	58,551,585	195,171,951
2035	107,344,573	42,937,829	64,406,744	214,689,147
2036	118,079,031	47,231,612	70,847,418	236,158,061

Tabla 4.8 Establecimiento del costo directo, costo indirecto y, la utilidad según las ventas esperadas

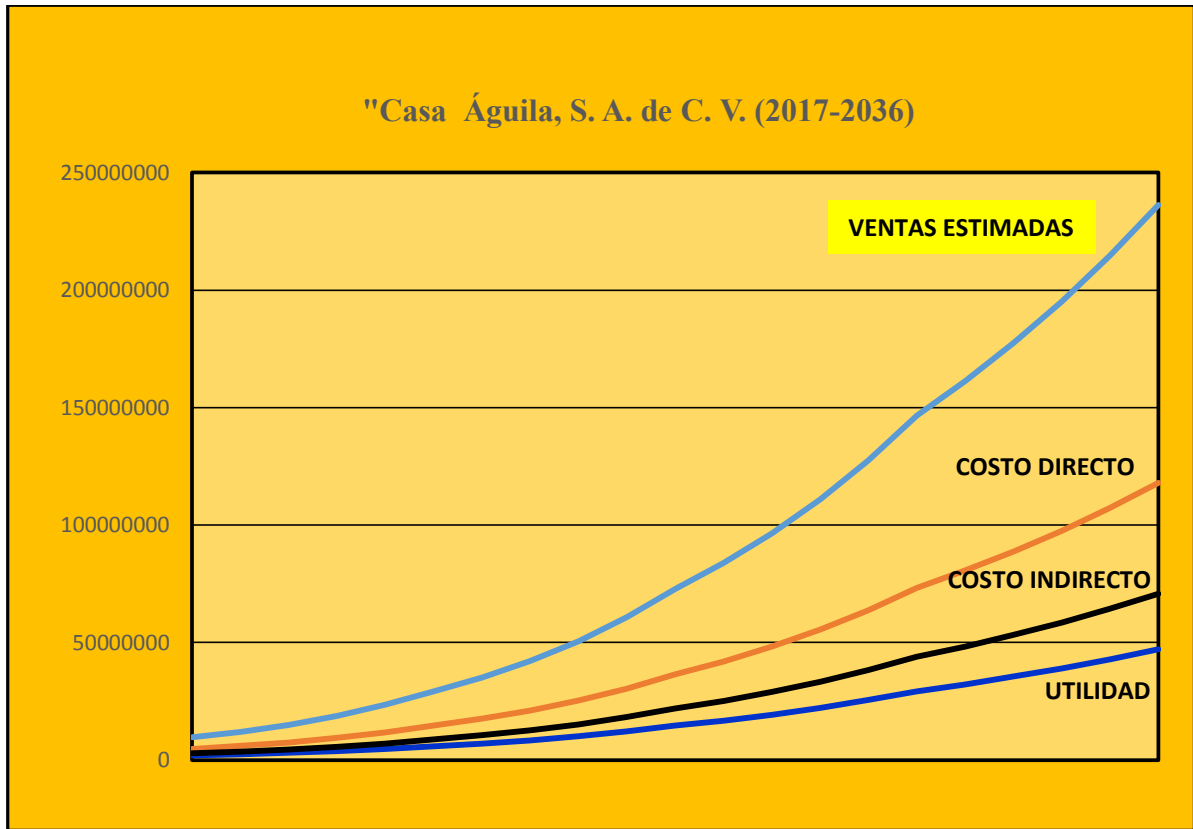


Gráfico 4.8 Comportamiento gráfico del costo directo y del indirecto; así como de la utilidad y las ventas anuales

El gráfico 4.8 indica que desde el año 2016 se intersectan las cuatro gráficas y según el comportamiento esperado la empresa “Casa Águila “ no tendrá pérdidas en sus ventas, siempre y cuando se cumpla con lo planeado, al inmediato, corto, mediano y, largo plazo.

Por lo que la empresa no necesita realizar cualquier trámite de Pymes a la banca bursátil mexicana.

CONCLUSION

El trabajo de investigación presentado, nos ofrece una herramienta clara y sólida sobre todos los tramites que se requieren para poder formalizar cualquier tipo de negocio o actividad que genere utilidades. De manera detallada podemos conocer el costo y el tiempo que debemos de invertir para poder llevar a cabo una exitosa inclusión a los negocios formales como lo marca la ley.

Además, nos ofrece un apoyo sobre aspectos técnicos que pueden ser gran utilidad para aquellas personas que están pensando en formalizar sus negocios, aspectos como tipo de pyme a la cual pertenecen de acuerdo sus ingresos anuales y al número de trabajadores con los que cuentan en la actualidad, además de conocer los diferentes apoyos y facilidades que pueden solicitar a través de instancias privadas para poder desarrollarse de manera íntegra y poder competir en el mercado actual.

Para sustentar el trabajo de investigación presentado en páginas anteriores, fue necesario recabar información de distintas fuentes para que apoyara a la seriedad del trabajo, las bases históricas que se presentan marcan la ruta que este país ha seguido a lo largo del tiempo y como el comercio se ha ido transformando hasta lo que conocemos hoy en día, podemos comparar datos históricos entre diferentes tipos de trámites y requerimientos con los que ejerce diferentes países, esto gracias a la base de datos que se maneja. Usando un método de análisis estadístico y gracias a las gráficas presentadas las cuales sirven como apoyo visual, podemos observar de manera detallada datos que sirven como sustento de esta investigación.

Entonces, como se había planteado con anterioridad, se deja en claro que en la actualidad, en este país resulta demasiado complicado poder formalizar cualquier tipo de negocio, a diferencia de los países llamados de primer mundo, los cuales en menos de 5 días y con un costo mínimo se puede legalizar las actividades lucrativas, mientras que en México son necesarios más de 50 días y con un costo promedio de más del 60% que de los países de primer mundo sobre los que se hace la comparación como por ejemplo los Estados Unidos de América.

No obstante quedan al descubierto puntos que se planteaban al principio de la investigación y que en el transcurso y desarrollo de la misma, se pudieron sustentar y algunos otros quedaron al descubierto. Sobre los puntos más destacados que se pudieron identificar que son factores de un peso mayor para que el comercio informal tenga una ocupación de gran peso dentro de las actividades que se desarrollan dentro del territorio nacional. Dichos puntos son:

- *Bajos salarios*

El salario mínimo en México no alcanza para cubrir las necesidades básicas de un habitante promedio, a causa de esto el mexicano prefiere desarrollarse en una actividad informal pues sin ingresos inmediatos son mayores a los del salario minio, aun sabiendo que deberán de sacrificar la seguridad social y el plan de retiro gubernamental.

- *Tramites extensos*

Al querer formalizar algún tipo de actividad que se desarrolle, se requieren de extensos trámites gubernamentales, para lo cual es necesario invertir tiempo valioso para aquellas actividades que generan ganancias día a día, al tener que invertir tiempo para estos trámites, estarás perdiendo dichas ganancias, lo cual un trabajador promedio no puede darse el lujo de costear dichas perdidas.

- *Alto indice de desempleo*

La industrialización de país, no alcanza a cubrir a la población total de México, esto genera que los pocos empleos ofrecidos por parte de la industria sean altamente demandados, por tal motivo al haber demasiada competencia las posibilidades de conseguir un buen trabajo disminuyen, además, cabe señalar que las condiciones de trabajo que se ofrecen suelen ser deplorables, lo que ocasiona que el mexicano opte por una alternativa de trabajo informal que le genere ingresos similares o mejores a los que ofrece una formalidad.

- *Falta de acceso a la información*

A pesar de que es sabido que los trámites burocráticos para formalizar un comercio son extensos y además representan un costo importante, también existen estancias privadas y gubernamentales las cuales apoyan el crecimiento y desarrollo de los pequeños y medianos negocios que existen en la actualidad, dando facilidades para la obtención de créditos así como facilidades en cuanto al pago de impuestos en los primeros años de formalización. Esta información existe, pero, cabe señalar no es tan fácil acceder a ella, se requiere de investigar de manera individual sobre estos apoyos así como de todos los trámites necesarios para los mismos.

Pues bien estos son los puntos más destacados por lo cual un mexicano incursiona en el comercio informal o bien, no está dispuesto a formalizar su negocio ante las autoridades correspondientes, pero no por esto quiere decir que una formalización sea negativa para algún tipo de actividad.

Como se analizó en el último capítulo de esta investigación, a través de la proyección sobre un negocio que actualmente trabaja de manera informal “Casa Águila” la cual maneja un modelo de negocios rudimentaria, sus resultados actuales le han sido favorables a pesar de manejarse como un comercio informal.

Después de ver las alternativas que este negocio podría tener para tener un crecimiento en cuanto a ventas y ganancias, se planteó que para esto se requería de un capital de inversión de manera inmediata, lo cual ayudaría a la adquisición de más mercancía y a su vez de la ampliación de su infraestructura. Para que dicho apoyo contara con el respaldo necesario, se recomendó formalizar sus actividades ante las autoridades correspondientes.

La ventaja con la que cuenta este negocio es que, sus ganancias netas rebasan por más del 30% los gastos directos e indirectos, siendo así, el riesgo que representa la formalización de actividades por el costo de trámites y el tiempo invertido más los pagos que se deberán de realizar por el préstamo solicitado, pueden ser amortizados de acuerdo a la proyección realizada.

Los primeros años, las ganancias netas se verán un tanto mermadas, esto para cubrir los gastos iniciales, pero, después de un mediano y hasta un largo periodo, las utilidades netas tienden a crecer de manera exponencial, de vender actualmente aproximadamente \$ 9, 600,500 anuales su incremento se proyectó de acuerdo a las tendencias históricas hasta \$236, 158,061 transcurridos 20 años, lo que representa un crecimiento anual que en promedio es del 18%

Entonces, después de analizar este modelo de negocio y observar los resultados esperados, podemos decir que es altamente redituable y que su incursión en las actividades formales representaría un crecimiento en cuanto a sus ganancias netas, esto teniendo la posibilidad de ampliar las zonas de distribución de su mercancía y poder ofrecer más de la misma. Es necesario aclarar la proyección se realizado en base a los registros históricos con los que cuenta el negocio, siempre y cuando el mercado se siga comportando de manera similar la proyección seguiría la misma tendencia, si no fuese el caso y por alguna u otra razón el mercado cambiare de manera sustancial, la proyección deberá de ser modificada, esto para adaptarse a la situación actual en la que se encuentra el mercado comercial.

A razón de este caso y de su plan de desarrollo, la proyección que se obtuvo a mediano y largo plazo fue favorable para este modelo de negocio. No obstante se debe de tener en cuenta que no todos los negocios se manejan de la misma manera y que de acuerdo al giro del negocio puede o no ser redituable cuando este se formalice.

Entonces después de toda la investigación y del plan de desarrollo para un caso real en resumidas cuentas la formalización de un negocio solo conviene cuando:

- *Se tiene un plan de desarrollo a corto, mediano y largo plazo.*
- *Los ingresos actuales, amortizan los costos por trámites y servicios requeridos.*
- *Se cuenta con la asesoría profesional de alguien capacitado para llevar a cabo los trámites correspondientes.*
- *Las utilidades del negocio son mayores al salario por mano de obra.*
- *Se cuenta con la infraestructura necesaria para satisfacer los requerimientos en gastos administrativos y operativos.*

- *Se cuenta con el apoyo de una instancia financiera, ya sea privada o gubernamental que respalde el proyecto en el principio de las operaciones.*
- *La estructura organizacional del proyecto está bien definida es decir, puestos y funciones de cada uno de ellos.*
- *El mercado en donde se ofrecerán los bienes o servicios sea el que se adapte mejor al producto o servicio que se quiera comercializar.*

Estos son los puntos más sobresalientes que sin duda alguna ayudaran a cualquier negocio que quiera formalizarse ante la ley, pero, cabe señalar que no es una garantía que al seguir estos puntos citados anteriormente se tenga éxito al querer formalizar una actividad ya que en cualquier negocio existe un riesgo, ya sea alto o bajo.

Si las actividades informales se legalizaran, estas, contribuirían de manera integral a la economía del país, ayudando a crecer el producto interno bruto, esto a través del pago pertinente de los debidos impuestos que marca la ley, si los fondos recaudados por estos pagos se aprovecharan de manera correcta, el desarrollo social e industrial del país se pudiesen explotar, reflejándose en una mejor calidad para los ciudadanos de este país.

BIBLIOGRAFIA

- Arevalo, L. S. (1998). *Planeacion estrategica aplicada*. Bogota: McGraw-Hill Interamericana.
- Castañeda. (2009). *Alta direccion en las pymes*. Mexico: Conde.
- Cristóbal, J. G. (1983). *Prácticas de la Gestión Empresarial*. Mc Graw Hill.
- Diccionario de Marketing. (s.f.). Cultural S.A.
- Gomez. (2008). *Plan General de Contabilidad de Pymes*. Mexico DF: Prentice Hall.
- Hernandez. (2007). *Propuesta de un Modelo Estratégico de Globalización*. Argentina: Porrua.
- J, H. (2008). *Ventaja competitiva. Creatividad para tu negocio*. Mexico: Interamericana.
- Longenecker. (2001). *Administración de pequeñas empresas: enfoque emprendedor*. Mexico : McGraw Hill Interamericana.
- oficial, D. (junio de 2013). *Diario oficial*. pág. 23.
- Ortega Castro, A. L. (2008). *Planeación financiera estratégica*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Romero, R. (2004). *Marketing*. En R. Romero. Palmir E.I.R.L.
- Simón, A. (1994). *Diccionario de Economía*. Andrade.
- Valencia, J. R. (2005). *Cómo aplicar la planeación estratégica en la pequeña y mediana empresa*. Mexico: Thomson Learning.
- IPC. (enero de 2014). *IPC*. Recuperado el 4 de octubre de 2014
- Kuczynski, J. (1974). *Breve historia de la economia*. Mexico: Cultura popular.
- Pizano-Salazar, D. (1980). *Algunos creadores del pensamiento economico contemporáneo*. mexico: Fondo de Cultura Económica.
- Robinns, I. (1932). *economia*.

Schneider, F. (2002). *ocultandose en las sombras , el crecimiento de la economía subterranea* . En F. Schneider, *ocultandose en las sombras , el crecimiento de la economía subterranea* (pág. 18). Estados Unidos: International Monetary Fund.

Baca Urbina, Gabriel, Fundamentos de ingeniería económica,Mc Graw Hill 6a Edición

Blank, Leland,Tarquín, Anthony,INGENIERÍA ECONÓMICA 6a edición Mc Graw Hill

Baca Urbina, Gabriel, evaluación de proyectos, Mc Graw Hill 6a Edición

Makridakis, Wheelwrioth, Métodos de Pronósticos,LIMUSA, 2004

MESOGRAFIA

Secretaría de economía. (2017). México. Gob.mx. www.cipi.gob.mx

Senado.(2011).Mexico.Senado.com.<http://www.senado.gob.mx/comisiones/pyme/docs/mipyme.htm>

Gobierno de México. (2002). México. Gobierno del estado de México.

http://www.contactopyme.gob.mx/impactopymes.asp?Lenguaje=0&Cve_B=5

Secretaria del trabajo y previsión social. (2015). México. Mexico.org.

http://www.stps.gob.mx/bp/micrositios/reforma_laboral/archivos/Noviembre.%20Ley%20Federal%20del%20Trabajo%20Actualizada.pdf

Universidad Autónoma de Puebla. (2011). Puebla. Economía Subterránea.

<http://ensayoeconomiasubterranea.blogspot.mx/>

Cipe. (2003). México. Cipe.org.<http://www.cipe.org/publications/fs/articles/article9e43.htm>

Centenario de Constitución. (2016). México. Gob.mx .<http://www.conasami.gob.mx/>

Financialrod. (2002). México. Salario en México. <http://salariominimo.com.mx/salario-en-mexico/>

Gabriel, L. (2012). México. Aula de Economía.<http://www.auladeeconomia.com/articulos15.htm>

CentenariodeConstitución.(2016).México.Gob.mx<http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2014/05/14/de-empleo-en-mexico-en-el-nivel-mas-alto-en-27-meses-reporta-la-ocde-2226.html>

Rombiola, N. (2016). México. FinancialRed<http://finacialred.com.mx/>

<http://www.economia48.com/spa/d/economia/economia.htm>

Secretaría del trabajo. (2014). México. Salarios Mínimos.

http://www.conasami.gob.mx/pdf/tabla_salarios_minimos/2014/01_01_2014.pdf

<http://sincronia.cucsh.udg.mx/jimenezw06.htm>

Universidad de Guadalajara. (2006). México. Sincronía invierno. <http://www.sre.gob.mx/>

http://www.tramitesyservicios.df.gob.mx/wb/TyS/inscripcion_de_actas_constitutivas_de_las_sociedad

http://www.stps.gob.mx/bp/secciones/conoce/areas_atencion/areas_atencion/inclusion_laboral/capacitacion/comision_mixta_capacitacion.html

<http://www.stps.gob.mx/bp/index.html>

Secretaría de Salud. (2013). México. Trámites y Servicios. Secretaría de Salud. (2013). Trámites y Servicios

<http://portal.salud.gob.mx/contenidos/tramites/tramites.html>

<http://www.senado.gob.mx/comisiones/pyme/docs/mipyme.htm>

<http://www.seduvi.df.gob.mx/portal/index.php>

http://www.sde.guanajuato.gob.mx/index.php?option=com_content&task=228&Itemid=282

Secretaría de Hacienda. (2010). México. Servicio de Administración Tributaria.

<http://www.sat.gob.mx/Paginas/Inicio.aspx>

Martinez, J. (2002). Economía Latinoamericana. España.

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/index.htm>

Secretaría de Agricultura. (2015). Trámites y Servicios. México.

<http://www.sagarpa.gob.mx/tramitesyServicios/Paginas/default.aspx>

<http://www.consejeria.df.gob.mx/index.php/rppyc>

http://www.contactopyme.gob.mx/impactopymes.asp?Lenguaje=0&Cve_B=5

Banca de Desarrollo. (2008). Nacional Financiera. México.

<http://www.nafin.com/portalnf/content/home/home.html>

Infonavit. (2015). Servicio Digital. México.

<http://portal.infonavit.org.mx/wps/wcm/connect/infonavit/patrones>

www.inegi/estadistica.com.mx

www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/.../perspectiva-

www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/.../perspectiva-gto.pdf

Gobierno de la República. (2015). Alta patronal e inscripción en el seguro de riesgos de trabajo.

México <http://www.imss.gob.mx/tramites/imss02001f>

<http://dof.vlex.com.mx/vid/convenio-competitividad-micro-mediana->

Real Academia Española. (2015). Catálogo General. Madrid. www.rae.es

Centro Emprendedores. (2013). La Evolución de las Pymes. México. <http://www.centrogd.com/a/que-son-las-mipymes-y-su-evolucion>

<https://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-empresa>

Secretaría de Economía. (2013). Fondo Pyme. México. <http://www.fondopyme.gob.mx/>

Pérez, J. (2008). Definición de Empresa. México. <http://definicion.de/empresa/>