



Title: Bases sencillas para iniciar un negocio (PYME)

Author: Laura, NAVARRO-ENRÍQUEZ, Guadalupe, NAVARRO-ENRÍQUEZ,
Denisse, RIVERA-MOJICA, Francisco, MESA-LINARES

Editorial label ECORFAN: 607-8534
BCIERMMI Control Number: 2018-03
BCIERMMI Classification (2018): 251018-0301

Pages: 13

RNA: 03-2010-032610115700-14

ECORFAN-México, S.C.

244 – 2 Itzopan Street
La Florida, Ecatepec Municipality
Mexico State, 55120 Zipcode
Phone: +52 | 55 6159 2296
Skype: ecorfan-mexico.s.c.
E-mail: contacto@ecorfan.org
Facebook: ECORFAN-México S. C.

Twitter: @EcorfanC

www.ecorfan.org

Holdings

Mexico	Colombia	Guatemala
Bolivia	Cameroon	Democratic Republic
Spain	El Salvador	of Congo
Ecuador	Taiwan	Nicaragua
Peru	Paraguay	



Resumen

- Al iniciar tu negocio necesitas bases y conocer los trámites para emprenderlo.
- El propósito de las empresas es atender a los clientes, observar a los competidores y su entorno pues estamos en un mercado muy competitivo.
- Las empresas necesitan personas calificadas y que sepan administrar. Como se sabe la administración comenzó a ser estudiada desde el siglo XX.
- Las empresas necesitan personas calificadas y que sepan administrar. Como se sabe la administración comenzó a ser estudiada desde el siglo XX.



INTRODUCCIÓN

La evaluación de este proyecto analiza la factibilidad para instalar la tienda naturista "Vive Natural" establecimiento que proyecta el servicio de productos naturales para el bienestar del paciente y su entorno.

- La primera parte de este proyecto comprende la organización y administración del proyecto, es decir el plan de negocios.
- La segunda parte del proyecto comprende, el estudio de mercado, en donde se analizan las siguientes variables: Oferta, demanda, producto, competencia, precios, comercialización, publicidad.
- La tercera y última parte del proyecto trata, sobre la evaluación económica de la inversión donde se muestra la rentabilidad y TIR (tasa interna de rendimiento).



Descripción del método

Para llevar a cabo este proyecto de Iniciar un negocio en Ciudad Juárez se desarrolló la siguiente metodología.

a) El proyecto comienza cuando la idea de inversión surge de una necesidad o simplemente de una idea nueva que se quiera materializar.

b) Una vez hecha la evaluación del proyecto se acepta la inversión, se usan recursos y se implementa el proyecto, en esta fase se inicia la creación de la empresa, y las instalaciones de producción se instalan.

c) Es de suma importancia elaborar un *plan de negocio*, sin importar el giro del negocio, ya que si no cuenta con este paso será siempre más propenso a fracasar.

d) La siguiente etapa del proyecto comprende el estudio de mercado: Oferta, demanda, producto, competencia, precios, comercialización, publicidad. También se incluye la factibilidad Técnica, económica y Financiera.



Análisis a partir del método

Es de suma importancia conocer el mercado donde se iniciará el negocio, para lo cual es necesario conocer sus habitantes, clima, cultura entre otros aspectos para lo cual se investigó la siguiente información:

- Visión
- Misión negocio
- Objetivos empresariales
- Análisis ambiental externo
- Plan de marketing
- Análisis de Foda





Estudio socioeconómico de Cd. Juárez

El Municipio de Juárez pertenece al Distrito Judicial Bravos; limita con los municipios de Ahumada al sur, Ascensión al oeste y Guadalupe al este, en el Estado de Chihuahua.

Al norte con el Condado de El Paso, Texas y el Condado de Doña Ana en Nuevo México, los dos últimos en los Estados Unidos de América.

Según el Censo de Población y Vivienda cuenta con 1'407,959 habitantes, de los cuales 1'301,452 viven en Ciudad Juárez (97.70% del total).



**Congreso Interdisciplinario de Energías Renovables,
Mantenimiento Industrial, Mecatrónica e Informática**



Evaluación Económica

- Aplicando la metodología que incluye una serie de entrevistas a una población de 200 personas coincidiendo el escenario que se utilizaría para un método no probabilístico.
- En la sección la factibilidad Técnica se verifico la posibilidad de fabricar el producto, tamaño, localización y equipo óptimo para realizar la producción.
- Determinación optima de planta: El objetivo es determinar la capacidad de producción en los procesos por medio de la toma de tiempos.
- Descripción técnica de productos: Se realizó un portafolio de productos .
- Descripción del proceso productivo: Se definió como se recibirá la materia prima, almacenado, empaquetado, etiquetado, así como maquinaria y equipo que intervienen en el proceso



Resultados

Los productos naturistas se venden por todas partes y algunos de estos negocios no operan de manera formal, por lo que el universo es desconocido. Se encontraron alrededor de 14 tiendas naturistas y de herbolaria establecidas alrededor de toda la ciudad.

Calculo tamaño de muestra:

Cálculo para 1185 alumnos

$$n = \frac{(1.96)^2 (.50)(1-.50)(1185)}{(1185)(.05)^2 + (1.96)^2 (.50)(1-.50)} = 290$$

Cálculo para 199 alumnos

$$n = \frac{(1.96)^2 (.50)(1-.50)(416)}{(416)(.05)^2 + (1.96)^2 (.50)(1-.50)} = 199$$



Resultados

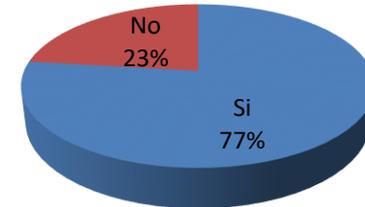
Encuesta aplicada para cuantificar el consumo de productos naturistas

1. Consume o a consumido productos naturistas

Respuestas:

Si, (76.9%)

No, (23.07%)



2. De la siguiente lista de productos naturales, seleccione cual o cuales ha consumido

Tés (24%)

Aromáticas (velas, etc.) (10.76%)

Cremas medicinales (13.85%)

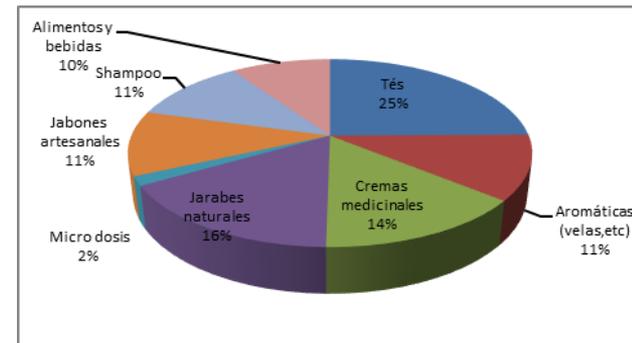
Jarabes naturales (15.38%)

Micro dosis (para diversas enfermedades) (1.53%)

Jabones artesanales (10.76%)

Shampoo (10.76%)

Alimentos y bebidas de plantas (9.23%)

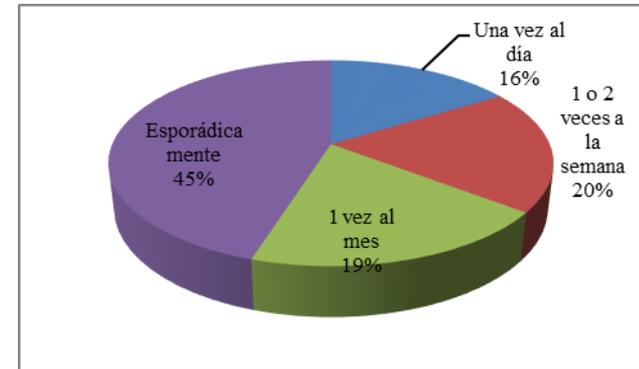


Resultados

Encuesta aplicada para cuantificar el consumo de productos naturistas

3. De los productos señalados anteriormente, con qué frecuencia los consume:

- Una vez al día (15.38%)
- 1 o 2 veces a la semana (18.46%)
- 1 vez al mes (18.46%)
- Esporádicamente (43.07%)

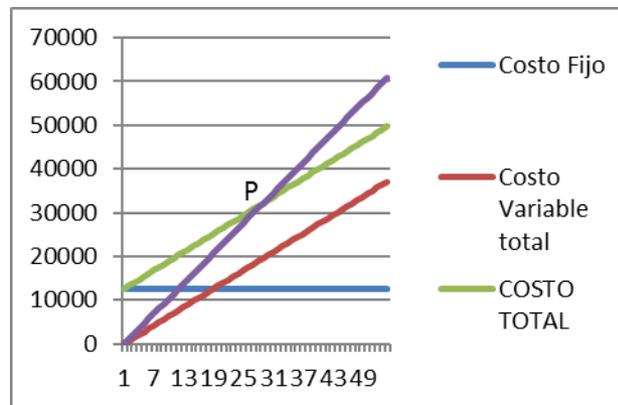


Análisis de los resultados de las encuestas

- En estos estudios se revela un potencial de la demanda oscila entre el 70% y 76% que consumen o por lo menos han consumido los productos naturistas.
- El 16% consume por lo menos una vez al día este tipo de productos, el 20% de 1 a 2 veces a la semana, el 19% 1 vez al mes y 45% solo los consume esporádicamente.
- Por lo tanto, podemos concluir que si hay demanda en el mercado de la herbolaria.

Factibilidad económica y financiera

- Las ventas mínimas anuales en unidades deberán ser de 1267, el costo total de \$50,684, y los ingresos que se esperan obtener de \$ 50,684.00.



Evaluación financiera

Tabla 2. Flujo de caja

Fuente: Elaboración propia(2018)

Año	1	2	3	4	5
1.Ingresos por ventas+	120 000	130 000	130 000	140 000	150 000
2.Costos variables unitarios	0.54	0.5	0.53	0.54	0.5

En la tabla 2 se puede apreciar un incremento considerable de los flujos de efectivo para los años 2, 3,4 y 5. Lo cual pronostica un buen comienzo para este negocio.

Proyecto	A
I	10%
Año/ Inversión inicial	-\$150,000
	1 6568.418
	2 36647.754
	3 58620.438
	4 69051.507
	5 71900.965

Conclusiones

- El éxito de una gestión gerencial, se basa en la excelente administración de los medios y recursos de información, el manejo y análisis de la misma, en la evaluación de los resultados obtenidos, el soporte tecnológico y la respuesta rápida, oportuna y eficaz para la to.ma de decisiones.
- El presente estudio se recuperará la inversión en 3 años, 10 meses y 26 días. Este negocio puede llegar a ser un buen negocio. Para poner en marcha un negocio se recomienda hacer estudios más minuciosos y añadir otras herramientas de mercado y financieras que no se incluyeron en este proyecto.



Pasos recomendados para iniciar una PYME

1. Dependiendo del giro que se requiere determinar el régimen fiscal.
2. Trámites para el funcionamiento de negocios, permisos de (municipio, gobierno del estado), permisos especiales dependiendo del giro de la entidad económica.
3. Contar terreno, si se va a rentar local comercial.
4. Tener un sistema administrativo.
5. Abordar un plan negocio, estrategias de competencia (Experiencia en el ramo).
6. Estudio de mercado (Foda) amenazas, fortalezas del nuevo negocio.
7. Ejecución (ubicación de proveedor, clientes y evaluación de proveedores).
8. Capital, contratación de personal (perfil).
9. Estructurar los departamentos.
10. Tipo de empresa a constituir
11. Oportunidades de crédito





ECORFAN®

© ECORFAN-Mexico, S.C.

No part of this document covered by the Federal Copyright Law may be reproduced, transmitted or used in any form or medium, whether graphic, electronic or mechanical, including but not limited to the following: Citations in articles and comments Bibliographical, compilation of radio or electronic journalistic data. For the effects of articles 13, 162,163 fraction I, 164 fraction I, 168, 169,209 fraction III and other relative of the Federal Law of Copyright. Violations: Be forced to prosecute under Mexican copyright law. The use of general descriptive names, registered names, trademarks, in this publication do not imply, uniformly in the absence of a specific statement, that such names are exempt from the relevant protector in laws and regulations of Mexico and therefore free for General use of the international scientific community. BCIERMMI is part of the media of ECORFAN-Mexico, S.C., E: 94-443.F: 008- (www.ecorfan.org/ booklets)