

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA.



“ PLAN DE NEGOCIOS DE LD SILVER JEWELRY; EMPRESA DE JOYERÍA DE
PLATA”

ESTUDIOS DE POSGRADO

Que para obtener el grado de
MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN

Presenta

LYDIA FAÑA DATSHKOVSKY PEÑA VERA

DIRECTOR DE TESIS:

MTRO. JORGE SMEKE ZWAIMAN

REVISORES:

MTRA. MARÍA DEL ROCÍO MORO LÓPEZ

MTRO. MANUEL FEDERICO BRAVO BORREGO

México, D.F.

2004

INDICE.

INTRODUCCION

CAPITULO 1. DESCRIPCION DEL NEGOCIO.

1.1	La Compañía: El Concepto.	1
1.2	Misión.	3
1.3	Visión.	4
1.4	Objetivo.	4
1.5	Valores.	5
1.6	Ventajas Competitivas.	5

CAPITULO 2. PLAN DE MERCADOTECNIA.

2.1	Análisis del Entorno.	8
	2.1.1 Entorno Nacional.	8
	2.1.2 Entorno Internacional.	11
	2.1.3 Puntos clave que se deben considerar para tener acceso al mercado.	18
2.2	Segmento Meta.	20
	2.2.1 Necesidades Específicas que cubre el nuevo negocio.	21
2.3	Análisis de la Competencia.	21
	2.3.1 Competencia Nacional.	21
	2.3.2 Competencia Internacional.	29
2.4	Producto.	35

2.4.1	Patentes, medidas de protección del producto o servicio.	36
2.4.2	Valor agregado al cliente.	37
2.4.3	Garantía.	37
2.4.4	Empaque.	37
2.4.5	Logotipo.	38
2.5	Precio.	39
2.5.1	Política Comercial.	39
2.6	Proceso de Venta y Distribución.	40
2.7	Promociones.	42
2.7.1	Publicidad.	42
2.7.2	Marketing Directo.	43
2.7.3	Promoción de ventas.	44
2.8	Análisis FODA.	45
2.9	Estrategia de Mercadotecnia en relación al servicio.	47

CAPITULO 3. RECURSOS HUMANOS.

3.1	El Equipo de Trabajo requerido.	48
3.2	Organigrama General.	49
3.3	Perfiles de Puestos.	53

CAPITULO 4. FINANZAS.

4.1	Supuestos Financieros.	59
4.2	Estado de Flujo de Efectivo.	62
4.3	Flujos de Efectivo con Crecimiento y Tasa de Descuento Anual.	63

4.4	Estado de Resultados.	64
4.5	Balance General.	65
4.6	Razones Financieras.	66
4.7	Interpretación de Razones Financieras.	67
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	69
	BIBLIOGRAFIA.	76
	INTERNET.	76
	ARTICULOS DE PERIODICO.	78
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.	78
	ANEXOS.	79

INTRODUCCION.

El objetivo general del presente trabajo consiste en desarrollar un Plan de Negocios para crear en un futuro a la organización LD Silver Jewelry, S.A. de C.V., microempresa mexicana que estará constituida por capital mexicano cuya base de negocio será la comercialización y distribución de joyería fina de plata ley .925 y .950 en el mercado nacional e internacional. Posteriormente se especializará en artículos de plata y bañados en plata.

Objetivos específicos:

- Presentar un análisis de la evolución y desarrollo que ha tenido este negocio.
- Describir los factores que influyen en la demanda de los productos de este tipo de negocio.
- Dar a conocer las estrategias de mercadotecnia y ventas para atraer al cliente.
- Reconocer la importancia del área de recursos humanos para el desarrollo y crecimiento de la empresa.
- Reconocer la importancia de las proyecciones financieras para atraer la atención de los inversionistas. Ello es indispensable para conseguir financiamiento que respalde a la empresa.
- Identificar las ventajas y desventajas del negocio.
- Identificar los elementos a considerar para poder invertir en él.

Para ello el presente trabajo incluye los siguientes capítulos:

1) Descripción del negocio:

En este capítulo se habla sobre el surgimiento y desarrollo que ha tenido esta empresa, así como su misión, visión, valores; objetivos a corto, mediano y largo plazo; y ventajas competitivas.

2) Plan de Mercadotecnia.

En este capítulo se lleva a cabo un análisis del entorno y competencia nacional e internacional. Asimismo, se da a conocer a qué segmento de la población se va a dirigir, es decir las características del cliente y del mercado.

Se hace una descripción del producto y estrategias utilizadas por la empresa para atraer a los clientes y poder mantenerlos cautivos.

También incluye un inciso que trata el tema del precio, en donde se habla sobre los criterios en los cuales se basa este sector para la fijación del precio de sus productos dependiendo del área geográfica y volumen de compra. De la misma manera, se expone la política comercial establecida por la organización.

Se describe el proceso de venta y distribución donde se indican los principales canales de distribución. Se muestran los medios de comercialización en el mercado para así alcanzar altos índices de competitividad.

Otro tema que trata es el relacionado con las estrategias de ventas que se utilizan a través de las promociones, las cuales incluyen la publicidad, marketing directo y promoción de ventas que se utilizan en la organización.

Se hace un análisis sobre las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas a las que se enfrenta este negocio y a partir de ahí utilizar las estrategias adecuadas para poder entrar y mantenerse en este mercado.

Y para terminar se habla sobre las estrategias de mercadotecnia que se realizan en relación al servicio.

3) Recursos Humanos.

En este capítulo se presentan las características del equipo administrativo; y de distribución de ventas requeridos dentro de su fuerza laboral.

También se muestra el Organigrama General de la empresa actualmente y en el futuro; así como los perfiles de puestos.

4) Finanzas.

Este capítulo incluye supuestos financieros e interpretación de las razones financieras.

Este proyecto abarca el estudio de los principales productores de plata tanto del mercado nacional como internacional.

A) Mercado Nacional: Distrito Federal, Estado de México, Nuevo León, Guanajuato, Zacatecas, Guerrero, Jalisco, Chihuahua, Durango y Puebla.

B) Mercado Internacional: Italia; Tailandia, India y China.

Asimismo, se hace un análisis del entorno nacional e internacional desde 1993 a la fecha que se enfoca en la joyería de plata, artículos de plata y bañados en plata.

La metodología de investigación que se lleva a cabo para recabar la información del presente trabajo fue:

- A) Análisis de la información de los antecedentes y de la operación de este tipo de negocio.
- B) Visitas a centros de información con el fin de obtener datos acerca del desarrollo que ha habido dentro de este rubro en la industria del regalo para conocer mas acerca del entorno nacional e internacional.
- C) Consulta de fuentes de información como páginas web, libros y periódico.
- D) Contacto con proveedores con los más altos estándares de servicio, calidad, precios accesibles y funcionalidad de sus creaciones.
 - 1) Artesanos y diseñadores mexicanos: Estado de Guerrero, Zacatecas y Jalisco; y Ciudad de México.
 - 2) Distribuidores mexicanos importadores de joyería europea y oriental: Italia, Tailandia, India y China.
- E) Contacto con clientes nacionales y extranjeros: para analizar el cambio en sus gustos y preferencias, y de esta manera poder ofrecerles productos novedosos de calidad que satisfagan sus necesidades.
- F) Contacto con la competencia: analizando sus estrategias de ventas para ser líder en la comercialización de joyería de plata, artículos de plata y bañados en plata; así como observar sus diseños para estar a la vanguardia en el gusto de los consumidores. De esta manera, desarrollar una participación creciente en un mercado competido para tener un desarrollo sostenido en el corto, mediano y largo plazo.
- G) Visitas a tiendas departamentales y exclusivas para observar los diseños que manejan tanto en joyería de plata, como artículos de plata y bañados en plata; así como en sus empaques.

- H) Asistencia a exposiciones de joyería y ferias del regalo: son fuente de información en cuanto a normatividad internacional, tendencias en la moda, hábitos de consumo, entre otros.
- I) Asistencia a desfiles de modas para observar los productos que están a la moda.

Para estructurar el Plan de Negocios se utilizó como base la estructura del Modelo de Plan de Negocios de Rafael Alcaraz Rodríguez ya que es el que más se adecuaba al presente trabajo y es válido para ser aplicado para este tipo de negocio.