

PLAN DE NEGOCIOS
PROYECTO: TALLER DE PLATA
JOYERIA ARGENTUM
EMPRENDEDOR: César Encinas

Contenido

I.	Descripción de la empresa o nombre del proyecto y objetivos:.....	2
II.	Análisis del Producto y su Mercado	7
III.	Estrategia de Mercadotecnia	11
IV.	Plan de Ventas	17
V.	Plan de Operaciones del Proyecto	18
VI.	Recursos Humanos.....	Error! Bookmark not defined.
VII.	Aspectos Legales	26
VIII.	Planes de lanzamiento	29
IX.	Plan Financiero y evaluación del proyecto.....	Error! Bookmark not defined.
X.	Plan de Inversión y Financiamiento	Error! Bookmark not defined.
XI.	Conclusiones	29

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

I. Descripción de la empresa o nombre del proyecto y objetivos:

La empresa de joyería de Plata Argentum 925 surgió con la idea de innovar un producto ya existente en el mercado parralense; agregándole otro valor. Es decir, la joyería no se adquiere en su forma final para su compra y venta. Argentum 925 se dedica a comprar plata de la más alta calidad, para así transformarla en joyería fina con diseños modernos, innovadores y exclusivos. Con el firme propósito de distinguirse de las demás joyerías de la ciudad, que simplemente compran joyería de diseños no originales y baja calidad, para así revender la mercancía en la región, con precios elevados. La empresa busca establecer un taller de joyería para la elaboración del producto, así como también contar con una joyería donde se exhiban los productos ya terminados para la venta.

La oportunidad de negocio con la que Argentum 925 cuenta es muy grande y prometedora, gracias a que el mercado de la joyería de plata es grande en el país, así como en nuestra región.

Visión

Buscamos posicionarnos primeramente en el mercado local, para así ser reconocidos a nivel nacional, y con el reconocimiento de nuestros clientes, extendernos a horizontes internacionales.

Misión

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

Somos una empresa que utiliza tecnología innovadora para la elaboración de joyas en plata, con la más alta calidad a un precio competente.

“Diseñando sólo pata ti”

Objetivos:

Los objetivos a corto plazo se enfocan en tener un taller de joyería de plata fina con tecnología de punta, para así ser reconocidos en la región sur de estado de Chihuahua y norte de Durango.

A mediano plazo, se pretende que en 5 años Argentum 925 penetre en el mercado nacional gracias a las ventas que sobrepasen los pronósticos establecidos. Para de esta manera poder sustentar la penetración a otros mercados a nivel nacional.

A largo plazo, se confía en la aceptación a nivel nacional, principalmente en los estados del norte del país. En 10 a 12 años, Argentum 925 planea ser una marca reconocida a nivel internacional con por lo menos una tienda en los Estados Unidos Americanos.

▪ **Naturaleza de la empresa**

- Industrial
- Comercio

▪ **Antecedentes de la empresa o proyecto**

- Argentum 925 iniciará labores como Persona Física con Actividad Empresarial a nombre de César Octavio Encinas Baca
- **R.F.C.** EIBC-780325-6D0
- **Domicilio Fiscal:** Prol. Juárez No. 80, Col. Magisterial. Hidalgo del Parral, Chih. C.P. 33860
- **Actividad:** Fabricación y venta de joyas y orfebrería de plata

El emprendedor ya cuenta con la experiencia necesaria de administración. Con respecto al proceso de elaboración de joyas, el emprendedor, cuenta con las

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

habilidades necesarias, ya que cuenta con un buen número de conocidos en la ciudad de Torreón Coahuila que pueden colaborar con él.

El emprendedor cuenta con estudios de posgrado relacionados con el área de administración de empresas joyeras y la producción de joyas de plata.

▪ Descripción del entorno

La industria de la joyería ha sido una de las menos afectadas por la crisis mundial. Al cierre del primer cuatrimestre del 2009, generaba 18,000 empleos directos e indirectos a nivel nacional. En nuestro país el verdadero valor de la joyería está en el trabajo creativo de los comerciantes. Debido a esto, el consumo de joyería fina en México es mayor a las 700 toneladas, según la Cámara Nacional de Platería y Joyería.

En nuestro país la mayoría de los productores y fabricantes de joyas se ubican en el Distrito Federal, Guadalajara, Monterrey, Puebla, Hidalgo, Guerrero, Durango, Chihuahua, Veracruz, Oaxaca y Zacatecas.

Actualmente, la joyería de exportación genera US\$280 millones al año, encabezadas por la manufactura de plata. La competencia de México en el mercado nacional de joyas finas proviene de España, Japón, India, China, Italia y Estados Unidos.

Según datos de la Cámara de Joyería de Jalisco, en la industria de la joyería, por años el 95% de los clientes totales han sido mujeres. Sin embargo, esta cifra bajó a 80%, ya que son cada vez más los hombres que invierten en estos artículos.

El Comité Organizador de Expo Joya Internacional, revela que el 60% de los expositores de todo el país se dedica a la joyería de oro y un 30% a la plata, mientras que los restantes venden bisutería y otros accesorios.

La presencia natural de metales preciosos en México ha dado origen a una fuerte tradición joyera, actividad generadora de un importante número de empleos y del arraigo de comunidades a los centros de fabricación. Una industria dominada por

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

los comercializadores, quienes tienen en los fabricantes y talleres joyeros a los mejores proveedores.

Diversos organismos especializados apuntan que las ventajas que este sector ofrece, no han sido explotadas adecuadamente. La razón es porque en esta actividad no se cuenta con técnicas modernas, y el conocimiento de éstas para fabricar joyería se transmite de generación en generación. Por si fuera poco, un estudio de la Secretaría de Economía (SE) apunta que en la industria existe desconocimiento por parte de los productores, de la situación internacional de los precios del oro y la plata, así como del papel fundamental que juegan en el mercado el diseño, las marcas y los canales de comercialización .

Aunque las exportaciones de piezas de joyería mexicana se han incrementado en los últimos años, para Kléber Mayer López, presidente de la Cámara Nacional de Platería y Joyería, el diseño y la innovación son cruciales para fortalecer a la industria: “Es cierto que en México han penetrado diseñadores de joyas, pero la gran mayoría lo hace solamente con manufacturas de plata”, comenta.

Federico Carlos Díaz, secretario del Consejo Directivo de la Cámara Regional de la Industria de Platería y Joyería del estado de Jalisco, asegura que en México se está fabricando joyería con identidad, pero que la industria debe moverse hacia las tendencias globales. “Los jóvenes, por ejemplo, quieren estar a la última moda y eso es lo que toda la cadena debe hacer gracias al diseño”, agrega. En este sentido, la inversión en diseño varía entre 5 y 10 por ciento de los ingresos de las empresas del país, tendencia que se observa favorable en empresas de tamaño mediano y grande desde hace cuatro años. En el tema de exportaciones, la cámara de joyeros de la República Mexicana apunta entre que entre 1981 y 1982 se exportaba lo equivalente a un millón de dólares. Actualmente, la joyería de exportación genera 280 millones de dólares al año, encabezando la lista las manufacturas de plata.

En este sector la calidad juega un papel fundamental, ya que los materiales que se manejan en la elaboración de las piezas son los detonadores del precio de cada

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

producto. Según información de la SE la piezas de joyería se pueden elaborarse en oro, plata, cobre y aleaciones de metales.

En las alhajas de oro, la cantidad en las combinaciones se expresa en escala de quilate. El oro puro corresponde al valor de 24 quilates. En este material experimenta incrementos constantes de precio, y por su estandarización y regulación a nivel internacional, es el giro menos afectado por la piratería. Sin embargo, la cámara regional de Jalisco ha reportado casos en los que se venden productos hasta con 30% menos de quilataje.

Las joyas son productos que proporcionan satisfacción y presentación. En la industria existen muchos elementos que agregan belleza y valor, como las incrustaciones de piedras preciosas. Su precio se determina por su pureza, peso y tamaño. Las piedras son gemas naturales y sus características más importantes son el contenido de impurezas provocadas por una deficiente cristalización, transparencia, coloración y refracción de la luz.

Argentum 925, siendo una empresa de nueva creación con una iniciativa innovadora tiene ventajas competitivas muy importantes que la distinguen de competencia local. Aun y cuando se trabaja para elaborar diseños finos y exclusivos, los precios serán muy competitivos, por el hecho de que las joyas serán fabricadas en nuestra ciudad. Aunado a esto, se encuentra la cercanía con el abastecimiento de la materia prima, que se encuentra principalmente en la ciudad de Torreón Coahuila, donde se cuenta con contactos importantes de proveedores. El hecho de que la materia prima se encuentre considerablemente cerca de nuestra localidad beneficiará al consumidor ya que los precios no aumentarán en gran manera por el transporte de la plata.

Tamaño de la Industria

Actividad	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	TOTAL
-----------	-------	---------	---------	--------	-------

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

Fabricantes de joyería y orfebrería	1,810	50	5	1	1,866
Fabricantes de joyería de fantasía y similares	61	2	2	-	65
Comercios al por menor de artículos de joyería	6,026	48	11	3	6,110

II. Análisis del Producto y su Mercado

▪ Producto:

Producto principal. Argentum 925 se dedica a la fabricación de Joyería fina de plata, en plata 925 (que es 925), de la más alta calidad. Se ofrece una gama de diseños y modelos exclusivos, que son influenciados por las tendencias de la moda en Latinoamérica, Estados Unidos y Europa. Los productos terminados que se ofrecen pueden o no incluir piedras semipreciosas y preciosas. Se producen líneas originales de pulseras, aretes, anillos, y collares en acabados principalmente de plata lisos.

Todas las piezas son perfeccionadas en relación a su peso, intentando facturar joyas ligeras, que conserven la consistencia, calidad, diseño y forma que el mercado exige.

Las joyas son marcadas con 925 exclusivamente, empaquetados individualmente en tres líneas de diseño:

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

- Tradicional: Bolsa de celofán con el logo de Argentum 925.
- De Diseño: Estuche de regalo con certificado de autenticidad.
- Artística: Estuche de regalo con certificado de autenticidad.
 - La línea Artística tendrá la garantía de pieza única.

▪ **El cliente**

Nombre	Actividad	En qué se basa	Local, Regional, Nacional de Exportación	Expectativas	Acciones Estratégicas
Mujeres Estudiantes de Preparatoria y Universidad de 15 a 25 años de edad.	Media	Vol. De compra.	Local	El cliente espera un producto con diseños juveniles no ostentosos y un precio accesible para una estudiante.	Promover catálogos de los productos entre las jóvenes estudiantes, descuentos en días relevantes como el del estudiante, la primavera, navidad, etc.
Mujeres Profesionistas con un trabajo	Alta	Volumen de Compra.	Local, Regional, Nacional	Espera un producto con diseño	Promover los productos por medio de

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

estable de 26 a 40 años de edad.		Precio dispuesto a pagar. Forma de Pago.		novedoso y apto para ser usado en el lugar de trabajo.	catálogos y distribuidores en los lugares de trabajo. Ofrecer productos de otros segmentos que puedan ser obsequiados por personas dentro de este segmento.
Mujeres Amas de casa, pertenecientes a la clase económica media alta y/o alta de 30 a 60 años de edad.	Alta	Volumen de Compra. Precio	Local, Regional, Nacional	El cliente espera un producto con diseños exclusivos y ostentosos. El precio bajo no es tanto una condicionante de compra de este segmento.	Fomentar la venta a través de catálogos exclusivos con distribuidoras que pertenezcan a este segmento de la población y puedan ofrecer los productos en reuniones sociales.
Hombres estudiantes de 15 a 25 años	Baja	Volumen de Compra	Local	El cliente espera un producto	Promover estos productos

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

de edad. Hombres Profesionistas de 25 a 40 años de edad.		y Precio		sencillo que refleje la masculinidad del individuo.	como regalos a familiares y amigos en ocasiones especiales como el día del padre, del estudiante, navidad, amor y amistad, etc.
--	--	----------	--	--	--

El público objetivo de Argentum 925, como se describe en la tabla, se basa principalmente en las mujeres de la ciudad de Hidalgo del Parral, en edades en las que puedan ser económicamente activas. Esto es mujeres de 20 a 60 años, que por lo general pueden financiar el gasto extra de una joya de calidad para conservarla por largo tiempo o para obsequiar a un ser querido.

▪ El Mercado Potencial

El mercado potencial para nuestro producto abarca mujeres de 20 a 60 años. Según datos obtenidos en el Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI, (año))se muestra la siguiente información relacionada con nuestro mercado:

Mujeres de la ciudad de Hidalgo del Parral, Chihuahua

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

Edad	Total	tasa de mujeres económicamente activas	Total mujeres económicamente activas
20 - 24 años	4,576	41.54%	1,901
25 - 29 años	3,963	42.26%	1,675
30 - 34 años	4,095	43.10%	1,765
35 - 39 años	4,028	42.73%	1,721
40 - 44 años	3,758	42.44%	1,595
45 - 49 años	3,009	34.10%	1,026
50 - 54 años	2,400	26.53%	637
55 - 59 años	1,927	20.68%	399
Total	27,754		10,719

En Hgo. del Parral, Chihuahua la cantidad de mujeres de esas edades suman un total de 27,754, de las cuales 10,719 son económicamente activas, el cual sería nuestro mercado potencial.

▪ **Competitividad (dónde están estos competidores)**

Nombre	Competitividad	Debilidades ante el competidor	Fortalezas	Acciones Estratégicas
Joyería Diamante	Media	Apariencia del punto de venta. Es reconocido en la localidad.	Diseño, acabado y servicio. Dedicados exclusivamente a la joyería de plata.	Establecer un local con un ambiente que invite a la compra. Dar un servicio de venta al cliente que nos identifique y

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

				nos ayude a posicionarnos como una marca reconocida.
Joyería Lupita	Media	Apariencia del punto de venta. Es reconocido en la localidad.	Diseño, acabado y servicio. Dedicados exclusivamente a la joyería de plata.	Establecer un local con un ambiente que invite a la compra. Dar un servicio de venta al cliente que nos identifique y nos ayude a posicionarnos como una marca reconocida.
Joyeros Vázquez	Media	Apariencia del punto de venta. Es reconocido en la localidad.	Diseño, acabado y servicio. Dedicados exclusivamente a la joyería de plata.	Establecer un local con un ambiente que invite a la compra. Dar un servicio de venta al cliente que nos identifique y nos ayude a posicionarnos como una marca reconocida.
Regalos Casanova	Alta	Apariencia del punto de venta. Es reconocido	Diseño, acabado y servicio. Dedicados	Establecer un local con un ambiente que

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

		en la localidad.	exclusivamente a la joyería de plata.	invite a la compra. Dar un servicio de venta al cliente que nos identifique y nos ayude a posicionarnos como una marca reconocida.
Distribuidores	Media	Gama de productos limitada al gusto de las personas que los adquieren. No son fabricantes. Precios altos y generalmente proporcionan productos de mala calidad.	Diseños propios y exclusivos. Variedad en Productos. Precios accesibles ya que somos fabricantes.	Tener nuestros propios distribuidores en la región.

III. Estrategia de Mercadotecnia

▪ Mercadotecnia

De acuerdo con la imagen que Argentum 925 desea proyectar hacia sus clientes se pretende usar varios medios de comunicación para dar a conocer los productos y servicios que ofrece.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

Se planea utilizar:

Radio. Spots de aproximadamente 25 segundos en estaciones de radio tales como 101.7 FM

Internet. Contar con una página de internet donde podamos mostrar nuestros productos, con el tiempo usar la tecnología disponible para que de otras páginas relacionadas con el gusto de nuestros clientes se re direcciona a nuestra página de internet.

Redes sociales. Contar con una página en Facebook donde se den a conocer las noticias de nuestros productos.

Volantes. Contar con volantes, a color en papel fotográfico donde se den a conocer promociones y lanzamientos de nuevos productos.

Vitrinas de exhibición. Contar con 2 vitrinas de exhibición en la ciudad, donde se muestre la calidad de nuestros productos y con la suficiente información para que el cliente acuda a la compra de algún producto.

▪ **Análisis FODA:**

Fuerzas	Calif.	Debilidades	Calificación
Conocimiento del proceso de fabricación	4	No se cuenta con tecnología de punta	4
Especialización en Plata	4	Mínima experiencia	4
Conocimiento de Técnicas Innovadoras	5		
Se cuenta con maquinaria esencial	3		
total	16	total	8

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

Oportunidades	Calif.	Amenazas	Calificación
Dado el alto precio del oro la plata es muy buena opción para joyería	4	Variación del precio de la plata	2
Precio accesible	5	Sulfatación de los productos	4
Acceso a la plata más pura del mundo	5	Piratería de diseños	4
total	14	total	10

▪ Política de Precios, de Promociones y descuentos

Garantías y devoluciones: Dentro de las tres líneas de productos con que se cuenta sólo dos de nuestras líneas contarán con certificado de autenticidad. Dichas líneas son: De diseño y Artística.

Si cualquiera de nuestros presenta un defecto de fábrica, tales como una piedra floja, el cliente deberá presentar el producto con el defecto y se le otorgará una devolución total

La línea de productos Artística será la única con garantía de pieza única.

Servicio post venta (asistencia técnica): Con el propósito de una satisfacción total en nuestros clientes, el personal de Argentum 925 estará llamando a clientes frecuentes para darles a conocer nuevos productos que estén relacionados con compras pasadas.

También se prestará el servicio de pulir y limpiar piezas después de determinado tiempo y con un descuento especial a piezas únicas.

Análisis de Precios

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

El establecimiento del precio para la joyería de plata se basa en las siguientes variables: costos de producción (materia prima, mano de obra) gastos en publicidad.

El precio de la materia prima varía de acuerdo al valor cotizado en la bolsa de valores de Nueva York (onza troy), el precio de la materia prima se paga en dólares por lo que también influye el cambio (dólares/peso).

El costo de la publicidad se le sumará al costo total de la producción, repartido en el total de los artículos elaborados. La publicidad que se utilizará como antes se menciona, sumará un costo mensual de \$5,000.00 pesos.

El porcentaje de utilidad por cada artículo fabricado será de un 70%, esto con el fin de evitar variabilidad en el costo del precio final del producto elaborado, ya que el precio de la materia prima puede variar día con día dependiendo del precio internacional de la plata.

La materia prima puede ser adquirida en las siguientes presentaciones: lingote y granalla.

La presentación que la empresa adquirirá su materia prima será en granalla, en sacos de 10kg.

Costos de producción por mes:

Concepto

Mano de obra	30,150.40
Materia Prima	8,640.00
Piedras	1,203.30
Estuches	4,236.80
Herramientas	358.40
Art. De Oficina	848.00

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

Art. De limpieza	396.80
Servicios	14,524.80
Flete	3,062.40
Total	63,420.80

Más el porcentaje de ganancia del 70% en base a 320 artículos con un peso promedio de 5gr.

El precio de un artículo con un peso de 5gr. Será de \$336.93, el precio de cada artículo variará de acuerdo a su peso.

III. Plan de Ventas

▪ Estrategia de Ventas.

Se contará con dos tipos de vendedores del tipo cambaceo. Uno dedicado específicamente a establecer relaciones con oficinas de trabajo en la ciudad y con empresas donde se concentre un buen número de trabajadoras que por el horario de trabajo les es difícil acudir a tiendas a comprar joyería.

El otro vendedor, será una mujer enfocada en la venta de joyas, principalmente de la línea Artística, a mujeres de clase media alta y alta. Dicha vendedora contará con relaciones sociales que le permita ofrecer de nuestros productos en reuniones como fiestas, te canasta, baby showers, despedidas de soltera, etc.

El vendedor corporativo tendrá un ingreso semanal de entre \$500 a \$700. También el 10% de comisión por pieza vendida.

La vendedora no contará con un salario, pero si con una comisión del 10%.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

IV. Plan de Operaciones del Proyecto

La capacidad o tamaño de la planta de la joyería de plata toma en cuenta los siguientes factores: su Mercado de consumo, es decir la demanda que pueda tener el producto mensualmente, Financiamiento y Capacidad mínima técnica tomando en cuenta la capacidad mínima de producción y el tamaño de demanda del producto, la capacidad mínima tiene que satisfacer la demanda del producto.

La joyería de plata tiene una capacidad de producción de 480 artículos por mes, (El pronóstico de demanda para el producto que la empresa fabricara es de 320 artículos mensuales) con un peso promedio de 5gr. c/u. lo equivalente a 288kg al año, esto sería la salida máxima de artículos fabricados en la planta. El ingreso que representa la producción de esta cantidad de artículos es equivalente a aproximadamente de 1,293,772.80 pesos al año. (Tomando en cuenta la fluctuación del precio de la plata) el ingreso mensual aproximado es de \$107,814.40.

La determinación de estos requerimientos de capacidad se basa en la demanda futura. Cuando la demanda de bienes y servicios se puede pronosticar con grado razonable de precisión, la determinación de los requerimientos de capacidad puede ser directa. Para este caso, el pronóstico de demanda es de un mínimo de 320 artículos mensuales.

La opción es construir una planta pequeña ya que el mercado desfavorable sería menor que en una planta grande, también de acuerdo a la proyección de demanda que anteriormente se pronosticó, una planta pequeña es suficiente para satisfacer esta demanda y los costos son menores que los de una planta grande donde se produciría demasiado y tendríamos un excedente para el tamaño de demanda pronosticados y mayores costos.

La planta se ubicará en la ciudad de Hgo. del Parral, Chih. La elección de la localización se fundamentó principalmente en dos variables, la primera es que el

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

mercado meta del producto, se encuentre en esta ciudad, y por esta razón se eliminarían los costos de transporte de la planta, a los consumidores finales. En segundo lugar, la materia prima principal (plata) se comprará en la ciudad de Torreón, Coahuila, aproximadamente a cuatro horas de distancia de esta ciudad, por lo cual los costos del transporte no son altos.

Control de calidad

En el control de calidad de nuestro producto, se deberá cumplir con la calidad que haya sido diseñada, con un costo económico que satisfaga tanto al consumidor como a la empresa. Este sistema deberá reunir los esfuerzos de las diferentes áreas de trabajo de la empresa, para lograr una integración del desarrollo del mantenimiento y la supervisión de la calidad, con el fin de cumplir con los compromisos contraídos por la empresa, con el fin de obtener la más alta satisfacción del cliente y al costos más económico.

PROCESO DE PRODUCCION

Producción de joyería con cera perdida

Para poder dar un terminado a grandes cantidades de diseños de joyería se pueden emplear máquinas lo cual ahorraría mucho tiempo. El siguiente método de trabajo es para talleres pequeños y que trabajen diseños hechos en plata; Por lo cual fue elegido para utilizarse en la producción de Argentum 925.

Una vez terminada la fundición de todos los diseños, se cortan los puentes de los diseños de joyería usando segueta, limas bastarda y musa.

Si se desea trabajar más rápido, después de haber cortado la base de los puentes con la segueta, se puede utilizar la máquina de pulido con piedras de esmeril de grano fino y medio para eliminar el reborde de la unión que dejó el puente en el

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

diseño. El pequeño inconveniente del uso de estas piedras es que se puede perder aproximadamente 5 g de metal por kilogramo de joyería que no se va a poder recuperar. Sin embargo, el gran beneficio es que se puede trabajar mucho más rápido y por ende avanzar en el terminado de mayor número de piezas. Esta pérdida o merma de metal no es significativo si se trabaja con plata por ejemplo, ya que el costo del metal no recuperado es mínimo en comparación con la velocidad con que se pueden terminar gran número de diseños de joyería.

A continuación, los diseños de joyería se colocan al interior de una tómbola de pulido por un lapso de 4 a 6 horas, dependiendo del grado de aspereza que posean sus superficies. En estas máquinas, la joyería se va a pulir de manera uniforme por medio de las medias de desbaste que se encuentran en su interior. Las medias de desbaste son conos o pirámides hechos de plástico abrasivo de aproximadamente 0.9 cm de tamaño.

Después del ciclo de pulido, la joyería se enjuaga y el barril de la tómbola se limpia para poder ser usado en el abrillantado de los diseños usando balines de acero inoxidable. Es importante enjuagar la media de desbaste para evitar que los desechos del proceso taponen la superficie de los conos.

El tiempo de abrillantado es aproximadamente media hora. Se recomienda usar balines que posean diversas formas, para que estos puedan tener acceso a todas las partes de un diseño y así obtener un abrillantado más eficiente.

Piedras de colores

El uso de piedras preciosas es dependiendo del gusto del cliente. Es por esto, que el costo de las piedras no es incluido en el precio del producto. La mayoría de nuestros productos no incluirán piedras preciosas.

Proveedores:

Correo electrónico: ventas_sales@peñoles.com.mx

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

Páginas de internet: www.penoles.com.mx, www.balnet.com

<http://www.penoles.com.mx/penoles/productos/metales/plata.php>

Las piedras de colores en caso de ser requeridas, serán obtenidas de la empresa Ónix, en el estado de Puebla, localizada en Río Rhin No. 113, Puebla, Puebla.
Tel. 01 222 3201999

La forma de paga a los proveedores se realiza con el 50% del pago antes del pedido y el otro 50% al recibir la mercancía. Para evitar tener retrasos en la producción, se contemplara una fecha de entrega temprana, con 10 días de holgura.

Inventarios cuanto de piezas y materia prima

Para este pedido se realizará el pedido de la materia prima, manteniendo por un lado un inventario de las piezas que se vayan terminando durante el proceso de producción, y por otro lado, al terminar el proceso de producción, el total de la mercancía se quedara como inventario solo por los días requeridos para su empaquetado y su posterior venta.

Precios

Plata: 9.96 dólares/onza

Cobre: 1.81 dólares/libra

Bronce: 2.88 dólares/libra

El principal proveedor es la empresa MET-MEX PEÑOLES, S.A. DE C.V. ubicada en Torreón Coahuila, es la productora de plata más importante del mundo

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

MET-MEX PEÑALES, S.A. DE C.V.

Domicilio: Avenida Metalúrgica No. 550 Colonia Metalúrgica

C.P.: 27370 Apartado Postal 93 y 212 Torreón, Coah, México

Gerencia de Producto PLATA

Teléfonos: 52 (871) 729-5760, Conmutador: 52 (871) 729-5500 Ext. 5760

Servicio Técnico

Teléfonos: 52 (871) 729-5759, Conmutador: 52 (871) 729-5500 Ext. 575

Análisis de puestos.

Puesto	Habilidades y Conocimientos	Otros requerimientos	Tipo de pago	Remuneración mensual
Gerente General	Experiencia en administración y manejo de personal. Familiarizarse con la industria de metales preciosos. Alto nivel de iniciativa y buen criterio para la toma de decisiones.	Estudios en Administración de Empresas.	Honorarios	\$14,000
Secretaria	Familiarizarse con la compañía en el manejo contable y la relación con los clientes. Discreta, organizada y reservada.	Mujer agradable entre 25 y 50 años, con secretariado ejecutivo y conocimientos de Office.	Sueldos y salarios, con servicio médico.	\$4,000
Encargado de Joyeros	Entrenamiento en la industria de los metales preciosos y manejo de la maquinaria. Experiencia en el manejo de personal y	Experiencia mínima de un año.	Sueldos y salarios, con servicio médico.	\$10,000

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

	producción de joyas.			
Joyero	Destreza manual, eficiencia y responsabilidad	Experiencia de un año como joyero	Sueldos y salarios, con servicio médico.	\$5,000
Vendedor	Habilidades y cualidades en ventas. Ser convincente, buena presentación y social.	Experiencia mínima de 2 años en ventas . Estudios mínimos de preparatoria y con referencias.	Honorarios y 2% de comisión por las ventas.	\$6,000
Limpieza	Persona ordenada, responsable y honrada.	Experiencia mínima de un año.	Sueldos y salarios, con servicio médico.	\$2,000
Guardia	Defensa personal y manejo de armas. Ser servicial, honrado y responsable.	Sexo masculino de preferencia. Entre 26 y 50 años, que cuente con buenas referencias. Experiencia mínima de 3 años.	Sueldos y salarios, con servicio médico.	\$3,000

Funciones del Personal.

Gerente General.

Persona encargada de representar legalmente a la empresa. Coordinar, administrar y dirigir las labores de la compañía.

Tareas a ejecutar:

1. Representar a la compañía en cualquier actividad legal en la que ésta participe.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

2. Establecer la planeación financiera de la empresa y mantener un control.
3. Establecer metas de producción y ventas para la compañía, asegurándose de que se cumplan.
4. Coordinar conjuntamente al encargado de joyeros, las actividades a realizar anual y mensualmente, de manera que se puedan cumplir las metas establecidas.
5. Conocer la situación económica de la compañía y buscar solución a las contingencias que se puedan presentar en este aspecto.
6. Atender a los clientes, en caso de ser necesario para lograr una mayor comunicación de sus necesidades y calidad.
7. Realizar reuniones periódicas con los trabajadores para la mejora continua.
8. Implementar programas de mejora constante y de reconocimiento a sus trabajadores.
9. Realizar bocetos y delinear los nuevos diseños con el fin de innovar modelos que saldrán al mercado o por solicitud de los clientes de acuerdo con sus ideas y requerimientos.
10. Planear y promover actualización y capacitación para los empleados.

Secretaria

La secretaria de gerencia se encargará de toda la mecanografía y correspondencia de la empresa, adicionalmente debe atender y hacer llamadas a los clientes. Mantener una buena comunicación con el gerente.

Funciones Básicas:

1. Realizar llamadas solicitadas por la gerencia.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

2. Contestar las llamadas.
3. Elaborar las facturas de cobro.
4. Recibir las facturas de los proveedores.
5. Verificar las facturas con las órdenes de pedidos y obtener el visto bueno de la gerencia.
6. Realizar los cheques y pasarlos al gerente para la firma.
7. Recibir y enviar correspondencia.
8. Llevar el archivo de la empresa.

Encargado de joyeros

1. Hacer reuniones periódicas para estudiar los contratiempos, planear las actividades del departamento.
2. Revisar semanalmente los informes que le dan los empleados, revisar que estén cumpliendo con horarios y metas de fabricación.
3. Programar la utilización del equipo necesario en la prestación de los servicios de asesoría.
4. Prever la utilización de insumos para la mejor optimización de materiales.
5. Ordenar los moldes y patrones según el cliente y la fecha en que fueron manufacturados.
6. Proporcionar costos y gastos de manufactura así como el conocimiento del segmento al que va dirigido.
7. Desarrollar los moldes básicos de las joyas.
8. Llevar correctamente al día el libro de kardex y el control de almacén previniendo costos innecesarios.
9. Responsabilizarse por los inventarios del almacén, donde se encuentran materiales e insumos de la planta y de oficina y administrar los materiales, insumos y otros útiles y papelería necesarios para el buen funcionamiento de la empresa

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

Joyero

Se responsabiliza ante su jefe inmediato el encargado de joyeros por las diversas operaciones en máquinas básicas, especificadas o estaciones según el caso, de acuerdo con las órdenes de producción y las especificaciones indicadas en las fichas técnicas.

Funciones Básicas:

1. Recibir los materiales e insumos para efectuar el proceso operacional.
2. Solicitar los materiales e insumos necesarios a su jefe inmediato para realizar las operaciones determinadas.
3. Anotar en los formatos de control de operaciones y otros los datos e información solicitada.
4. Velar por el cuidado de la maquinaria y demás elementos del trabajo asignado.
5. Hacer el mantenimiento preventivo haciendo limpieza de su maquinaria.
6. Poner en práctica las instrucciones sobre métodos de trabajos recibidas de su jefe inmediato con el fin de minimizar tiempos e incrementar la productividad.
7. Realizar las operaciones de fabricación asignadas con un alto grado de calidad y eficiencia.
8. Las demás que le asigne su jefe inmediato y que sean inherentes a su cargo.

Vendedor

Funciones Básicas:

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

1. Mantener relación estrecha con el gerente general realizando juntas semanales.
2. Realizar juntas periódicas con los vendedores a comisión y fijarse metas semanales de venta e implementar estrategias.
3. Relación directa con clientes.
4. Mantener los márgenes de venta.
5. Posicionar el producto.
6. Tener relación estrecha con el encargado de joyeros con el fin de comunicarle lo que las necesidades de los clientes y que le proporcione el producto requerido para su venta.

Guardia

Persona encargada de salvaguardar la seguridad del taller tanto de los materiales como del recurso humano que se encuentra en éste.

Funciones Básicas:

1. Estar atento en la puerta registrar entradas y salidas de personas además de las irregularidades que se presentan.
2. Revisar a los trabajadores al terminar su turno de trabajo para verificar que no lleven nada que sea propiedad de la empresa.
3. Estar en comunicación constante con su jefe inmediato entregándole la bitácora semanalmente.
4. Mantener comunicación con las fuerzas policiacas para en caso de algún delito o intento de este Mantener los márgenes de venta.
5. Proteger con sus recursos la seguridad del taller.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

V. Aspectos Legales

▪ La sociedad.

Argentum 925 iniciará labores como Persona Física con Actividad Empresarial a nombre de César Octavio Encinas Baca

R.F.C. EIBC-780325-6D0

Domicilio Fiscal: Prol. Juárez No. 80, Col. Magisterial. Hidalgo del Parral, Chih. C.P. 33860

Actividad: Fabricación y venta de joyas y orfebrería de plata

▪ Licencias y derechos.

Tramitar y hacer el pago por el permiso de uso de suelo para establecimiento comercial, a través del departamento de Desarrollo Urbano de la Presidencia Municipal de Hidalgo del Parral Chihuahua.

▪ Obligaciones legales.

Presentar declaraciones y pagos anuales del Impuesto sobre la Renta e Impuesto Empresarial a Tasa Única, así como pagos provisionales de los mismos; de acuerdo a las leyes vigentes según el régimen tributario de Persona Física con Actividad Empresarial.

Retenciones y pago de impuestos de sueldos y salarios y honorarios.

Deberá registrarse como patrón, al igual que a sus trabajadores en el régimen obligatorio del Seguro Social, cumpliendo con lo establecido en la Ley del

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

Seguro Social, al hacerlo automáticamente quedarán registrados ante el Infonavit y SAR. Afil-01 Alta patronal y Afil-02 Alta de trabajadores.

VI. Planes de lanzamiento

Argentum 925, consciente de la necesidad de posicionarse en el mercado de la ciudad de Parral, planea un lanzamiento de la apertura del negocio que atraiga la atención y genere el deseo de compra de nuestros productos.

Entre el plan de lanzamiento se pretende:

Promocionarse en la radio con aproximadamente un mes de anticipación.

Elaborar folletos a color, que demuestren la calidad y diseño de algunos de nuestros productos.

Establecer relaciones con compradores de joyería para ofrecer mejores servicios y precios al comprarnos mayores cantidades.

VII. Conclusiones

Argentum 925 cuenta con un plan muy bien establecido de operación que le ayudará en la apertura. Sin embargo cuenta con debilidades como lo son:

- Falta de posicionamiento del negocio
- Situación económica del país
- Violencia en la ciudad

Dentro de las oportunidades, se encuentran el elevado precio del oro. Es una oportunidad ya que las personas actualmente están inclinándose cada vez más a la compra de joyería de plata en lugar de la de oro.

Como cualquier negocio que inicia existen riesgos que se planean vencer. Tal es el caso de la baja aceptación de la ciudad al nuevo negocio. Para esto se pretende empezar con un inventario intermedio, para así poder vender lo necesario y en caso de no poderlo vender no habrá mucho inventario rezagado.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	

Así como existen puntos débiles en la planeación de Argentum 925. Existen puntos extremadamente fuertes para la exitosa operación del negocio. El interés del emprendedor, la experiencia en la elaboración de joyería y la preparación actual de nuevos procesos y nuevos diseños de joyas, hacen de Argentum 925 algo diferente.

Elaboró:	Autorizó:	Versión	Folio
Isaac González Granados	M.A. Héctor F. Carrasco Rodríguez	01	