



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ZAPOTLANEJO

SISTEMA DE EDUCACION POR COMPETENCIAS

CARRERA: CONTADOR PÚBLICO

MATERIA: ESTADISCTICA ADMINISTRATIVA II

ANGÉLICA GUTIÉRREZ LIMÓN

PROYECTO: INCREMENTO DE VENTAS

ALUMNOS:

LOPEZ ALVAREZ MAYRA JANETT

OLIVARES LIMON CELIA GABRIELA

OLIVARES MORALES MARIANA BERENICE

ROJO BRIONES ALEJANDRA

LOZA TAPIA JENIFER ESTEFANIA jeny_fyj93@hotmail.es

LOMELI OLIVAREZ SELENE

INDICE

1 Introducción	3
2 Análisis del problema	3
3 Introducción, Procedimiento y descripción de las Actividades realizadas	15
4 Justificación	17
4.1 Ventajas y desventajas	18
4.2 Económico	18
4.3 Social	19
4.4 Individual	19
5 Misión Visión y Objetivos: generales y específicos	20
6 Hipótesis y supuestos	21
7 Metodología y caracterización del área en la que participó	22
8 Antecedentes	24
9 Fundamento teórico	25
10 Propuesta del proyecto: planos, gráficas y programas	27
11 Alcances y Limitaciones	28
12 Conclusiones y recomendaciones	30
13 Bibliografía	30

Introducción

En la empresa Ladies Couture S. A de C.V. surgió un problema debido a su mal administración donde se ocasionaron que las ventas de los productos en los mercados disminuyera cada día mas, esto se prolongó por tres años dejando menos utilidades y más deudas lo cual podía provocar que la empresa quedara en quiebra, debido a esto, nos vimos en la necesidad de indagar e investigar un método el cual resultara oportuno y efectivo para que la empresa recuperara su estabilidad dentro del mercado y alcanzara de nuevo un máximo nivel de ventas, destacándose dentro de las mejores empresas.

Para corregir cada error cometido seguimos los siguientes pasos que se desglosaran a continuación.

Practica 1. Planteamiento del problema.

Modelo del prototipo de la empresa Ladies Couture SA de CV.

¿De que depende?

PRODUCTO

PRECIO

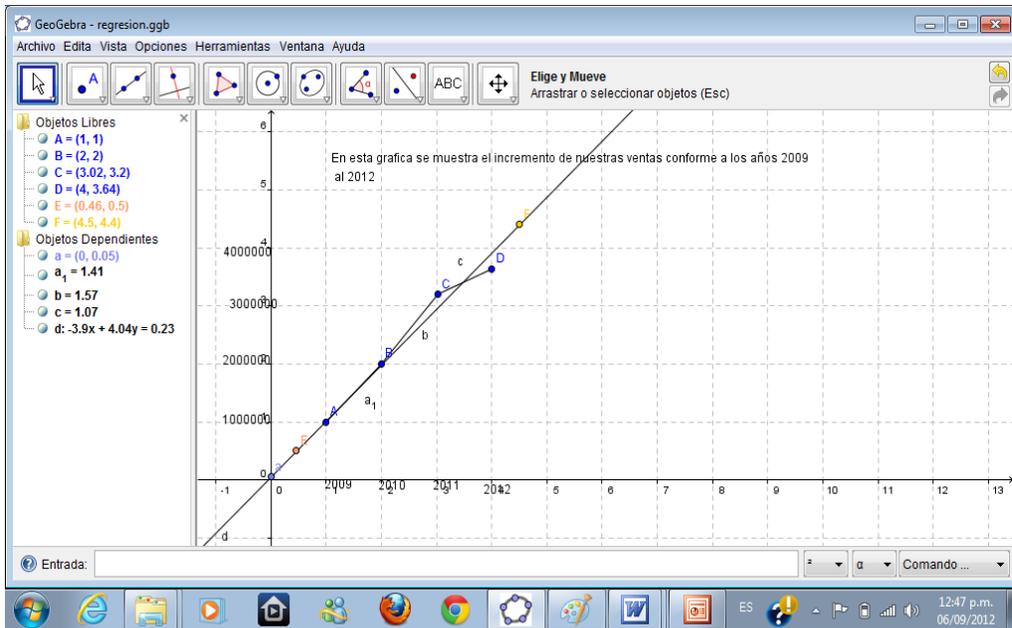
PUBLICIDAD

PLAZA

TIEMPO

Las variables que utilizamos fueron ingresos y tiempo.

X= Tiempo Y= Ingresos



RESOLUCION:

$$Y = a + bx$$

$$3.9x + 4.04y = 0.23$$

$$4.04y = 0.23 + 3.9x$$

$$Y = 0.23/4.04 + 3.9x/4.04$$

$$= 0.0569 + 0.965x$$

$$Y = a + bx$$

$$= 0.0569 + 0.965(4)$$

$$= 4.429$$

1.- ¿Que se necesita para incrementar las ventas?

a) Diseños innovadores

Renovar la imagen de nuestros productos base así como lanzar al mercado nuevas creaciones con la finalidad de dar al público variedad y poder atraer así más clientes.

b) Mejor publicidad

Elevar en un buen porcentaje la inversión en el área de mercadotecnia para darnos a conocer, primero que nada en toda el área local y así sucesivamente hasta lograr una muy buena posición comercial.

c) Tener buen costo de compra

Buscar y comparar los distintos precios que nos ofrezcan diversos proveedores, siempre cuidando cada detalle de la materia prima así como que sea de la mejor calidad.

d) Inversiones de riesgo

Analizar detenidamente el capital de la empresa y así poder administrarlo de manera que se pueda invertir riesgosamente en algo que nos ofrezca grandes ganancias ya sea a corto o largo plazo, siempre y cuando se pueda tener un fondo extra en caso de que la inversión no nos beneficie por algún problema que pudiese surgir.

e) Patrocinios

Es buscar la manera de darnos a conocer patrocinando eventos sociales y culturales, así como apoyando a otras empresas distintivas de nuestro comercio base, con la finalidad de crecer en el ámbito social.

f) Distribución a domicilio

Adquirir equipo de reparto, para distribuir nuestros productos de manera nacional e internacional, ofreciendo la mejor calidad y precio para crecer económicamente.

2.- ¿Cómo vamos a lograr nuestra meta?

Para que una empresa pueda lograr sus objetivos y metas es necesario que no deje al azar ningún aspecto de la misma, sino que controle y organice con el tiempo suficiente políticas, reglas y estatutos que regularan su control interno sin detalle alguno.

A continuación se presentan los siguientes puntos de referencia más importantes para llegar al objetivo usando métodos de orden.

Fase 1

Oportunidades del mercado:

Se debe analizar cuáles son los consumidores que se quiere atender, la demanda que el cliente requiera y su posibilidad de compra, también se tiene que realizar una investigación interna de la empresa para canalizar si realmente se cuenta con los recursos necesarios para estar al par con los competidores de nuestro producto.

Con todos estos datos la empresa se hace un diagnóstico, si este es positivo se fijan los objetivos aclarando sean específicos para mayor claridad.

Fase 2

El marketing de acción:

Para que nuestras ventas sean productivas, osea para que el ingreso llegue a nuestras manos es necesario tener en cuenta el proceso de las cuatro "P". (Producto, precio, plaza y publicidad).

A este modelo se le han agregado 3 valores más que contribuyen a la buena educación empresarial y garantizar el desarrollo económico de la empresa.

Modelo de las 3 "P"

-Precio

-Producto

- Plaza

Fase 3

Ejecutar el proceso del marketing

Para la tercera fase se tiene que llevar a cabo por separado tomando acciones por departamento y áreas de trabajo para poder llegar a resultados reales que sirvan en realidad como base de nuestro inicio de planes de mercado.

A cada área se le debe otorgar la capacitación correspondiente, informar de los acontecimientos actuales que influyen en las decisiones diarias de la entidad, también se proporcionan los medios cuales que sean para llevarse a cabo, técnicas para consolidar nuestro capital.

Medios por área

- ❖ Tiendas
 - Apoyos tecnológicos
 - Computadoras

Impresoras y escáner
Cámara fotográfica
Cartera de clientes en orden alfabético
Plazos de crédito según compra del cliente
Modelo de organigrama a vista previa

Fase 4

La cuarta fase de nuestro procedimiento es el control:

El control consiste en auditar lo que se está haciendo, verificar que nuestros objetivos se cumplan con todos los estándares establecidos y corregir todo a lo que dé lugar para mejora de nuestro trabajo.

Nuestros tipos de control:

- Control de rentabilidad
- Control de eficiencia
- Control estratégico
- Controles de tiempo
- Control de ventas

Para que nuestro control funcione es necesario adjudicar una responsabilidad a cada función y coordinación en el trabajo.

1. Controles
2. Funciones
3. Ventas
4. Ingreso
5. Crecimiento
6. Objetivo cumplido

3-¿Cuándo incrementaran las ventas?

El incremento de ventas iniciara en la temporada más fuerte que es en otoño-invierno, siempre ha sido una temporada en la cual las ventas se elevan puesto que en ella esta la dichosa Navidad, fecha en la cual las personas requieren de regalos para familiares o amigos y esto nos beneficia; en cambio otros vuelven en el tiempo que sea necesario pero solo para comprar ropa para llevársela al lugar donde viven y venderlas, lo cual funciona exitosamente.

Aquí se presentan por lo regular las ventas al mayoreo, que es por un precio un poco mas bajo pero siempre dejando una ganancia, así pues, nos beneficia ya que las personas deciden comprar más, puesto que reciben su aguinaldo.

Durante la temporada primavera-verano las ventas suelen incrementar pero solo por el cambio de telas, colores y diseños, el cual el cambio es constante pues los diseños van al día, ya que entre mas bonita sea la prenda mayor venta tendrá.

4-¿Dónde lograre incrementar las ventas?

Solo en puntos de mercado se lograra incrementar ventas ya sea la exportación del producto a varios lugares del país y dando a reconocer nuestra marca, calidad y el mejor precio o posicionándose en tianguis que son muy frecuentes en cualquier lugar y en el cual asisten personas de muchos lugares que vas específicamente a comprar los productos, otro lugar seria en plazas o centros comerciales rentando o comprando un local y buscar clientes para que por cada temporada llegaran justamente al negocio a invertir en nuestros productos.

5.- ¿Para que ayuda a nuestra entidad?

Que beneficio nos traerá todo nuestro proyecto, es una pregunta difícil pero tenemos la respuesta.

Si ponemos en práctica cada punto propuesto, nuestras ventas crecerán hasta un 50% en 5 años, a continuación se enuncia los puntos más importantes los cuales lograremos y en que ayuda el proyecto a la venta del producto.

1.-Incremento de ventas

El primer punto e objetivo principal se lograría, se lograría una mayor venta en el producto gracias a todo el trabajo coordinado que se realizó, la empresa tomara renombre a causa de la recomendación propia del producto a consecuencia del cliente, nuestra mejor recomendación será del comprador el cual quedara satisfecho en necesidades y actitudes en el ser del ser en el mercado del vestir.

2.- Reconocimiento de la empresa

Para llegar a este punto se tiene que tomar en cuenta la plena satisfacción del cliente, si el cliente esta meramente satisfecho, la empresa tomara un lugar en la mente del comprador y un lugar también en el mercado organizacional, por ende esto causara un reconocimiento laboral de nuestro producto que va de la mano aumentando nuestra venta.

Beneficios de la satisfacción del cliente como reconocimiento en la entidad:

- El cliente satisfecho vuelve a comprar y al comprar se llega a una lealtad y vender productos nuevos al mismo a futuro.
- La comunicación que el cliente da a sus conocidos de nuestro producto, aumentara nuestra venta en todo aspecto.

- El cliente feliz y satisfecho deja a un lado la competencia, por lo tanto nuestro nombre toma un lugar, es decir, una participación en el mercado.

En todo caso nuestra marca crecerá gracias al individuo más importante de nuestra venta: el que compra.

Para valorar nuestro producto se calificara al mismo en un nivel numérico entre empleados que conocen el rendimiento de la venta de la siguiente manera:

- Excelente 10
- Bueno 7
- Regular 5
- Malo 3

En cuanto a las expectativas tenemos lo siguiente:

- Expectativas elevadas 3
- Expectativas medias 2
- Expectativas bajas 1

Nivel de satisfacción:

Complacido: de 8 a 10

Satisfecho: de 5 a 7

Insatisfecho: menor o igual a 4

3.- Distribución de productos con mejor calidad

Cuando nuestra venta va en aumento el ingreso se percibe en nuestros balances, con esta información podemos guiarnos y tomar decisiones como saber cuándo invertir más y llenar de más calidad aún más nuestros productos.

- Cuidar más las políticas de calidad
- Exportar e innovar productos nuevos que sean llamativos al consumidor
- Crear una identidad corporativa más limpia y elegante que tenga competencia y aun en ocasiones que no la tenga, que sea única y estable.

5.- Políticas de ventas

Es importante formular que políticas de ventas vamos a usar a cada día y que no estén en constante ciclo sino que se cumplan por un tiempo indefinido para acostumbrar al cliente y al empleado a una semi-rutina de compra venta que mejore las condiciones de venta en cada tienda.

Procedimiento:

Plazos fijos de crédito

Fechas para envíos de mercancía

Atención primordial al cliente

Uso de la tecnología y sistemas de comercio e inventarios en tiendas

Arqueos de caja seguros y confiables

Personal bien capacitado

6.- ¿Quién es beneficiado en el incremento de las ventas?

- **Proveedores:** los proveedores se benefician porque ven el incremento de las ventas y la disminución de inventario por lo tanto aumenta el ciclo del negocio. Esto ocurre porque el proveedor aprovecha un patrón de demanda más estable y puede así mejorar el control de producción y de los inventarios.
Y así mismo estandarizar el precio del producto ya que está seguro que el mismo obtendrá ganancias.
También es de su importancia que la empresa incremente ventas por que puede darle crédito a esta misma con la confianza de que pagara ya que tiene los recursos para hacerlo, y así podrá seguir confiando en la empresa.
- **Cliente:** el cliente es beneficiado gracias al incremento de las ventas ya que se beneficia al compartir la reducción de costos del proveedor lograda por la eficiencia en las operaciones de abastecimiento y en la eliminación de actividades como cotizar, rastrear, y expedir los pedidos.
Se da cuenta que gracias a este incremento puede seguir obteniendo crédito dentro de la empresa, y obtener precios estandarizados del producto, para que así mismo la empresa tenga confianza en él.
- **Empleados:** el incremento en ventas beneficia a los empleados ya que hay mas producción, todo esto produce más trabajo y utilidades para el empleado, le interesa saber que puede confiar en la empresa para desempeñarse, darse cuenta que es una empresa además confiable responsable, donde puede tener trabajo estable.
- **Propietarios:** los beneficios que obtiene el propietario en el incremento de las ventas es que gracias a ello la empresa crece económicamente, su

producción puede estar ala alta, y así mismo ofrecer su producto con mayor calidad.

Les es de importancia ya que gracias a esto su capital no está en riesgo sus inversiones están funcionando, su producto puede ser reconocido y distribuido con mayor calidad

- Gobierno: le interesa que la empresa se desempeñe e incremente sus ventas ya que podrá cumplir con sus obligaciones en el pago de impuestos.

7. ¿Causa de bajas ventas?

- Atraso de pago de los clientes
Es el motivo de que no entre dinero acerca de la venta por que los clientes se atrasan en su pago siendo que se le da un fecha limite y el estar llamándoles para que realicen su pago quita tiempo y para ellos resulta un enfado.
Y nos esta provocando que no entre el dinero de lo que vendimos y así no poder comprar mas mercancía por falta de recursos.
- Mal desempeño de los empleados
No realizan el trabajo adecuado y en ocasiones no se llevan bien los compañeros del mismo trabajo y madamas están viendo que hacerse para atacarse unos a otros, y otra causa muy importante es de que no atienden bien a los clientes o se comportan de una manera hasta grosera de pensar que los tienen que atender y darles lo que necesiten y aunque ellos saben que es lo que deben hacer les parece mal. Además el estar con los celulares mandando mensajes ya sea con amigos, el novio, familia, etc. Y el estar platicando con las vecinas de aun lado de el trabajo, para todo se puede pero hay que saber que lo primordial es atender al cliente y hacer bien todo el trabajo para que funcione adecuadamente.
- Falta de publicidad
Esto se debe a que nos hace falta hacer tarjetas de publicidad, poner anuncios en periódicos, anunciarnos en internet, salir por las calles y dar folletos o volantes de nuestra tienda para que la gente nos conozca y así a su vez nos haga conocer con más personas, ofrecer un mejor descuento, etc. Y al no hacer esto es la causa fundamental de no tener ventas por la falta de publicidad.
- Inflación de productos

Aumento generalizado de los precios

En una economía de mercado los precios de los bienes y de los servicios están sujetos a cambios. Algunos aumentan y otros disminuyen. Se habla de inflación cuando se produce un aumento generalizado de los precios que no se limita a determinados artículos. Como resultado, pueden adquirirse menos bienes y servicios.

Algunas variaciones de precios son más importantes que otras

- Falta de calidad

Es algo muy importante porque nosotros al estar vendiendo y ofreciendo un producto debemos de cerciorarnos que es de la mejor calidad, que está hecho con cuidado y nada de mal cocido o ningún otro motivo, pero nosotros al ofrecerlo o estarlo vendiendo nuestros clientes se vayan satisfechos y mas por que se están llevando el producto lo mejor posible, y lo contrario sería que al no estar bien hecho nos van a regresar toda esa mercancía y generaríamos pérdida o atrasó de tener mercancía retenida sin poderla vender.

8 ¿Consecuencias de que existen ventas bajas?

- Liquidación de empleados

Es lo primero que generaría por qué no tendríamos muchas entradas de dinero para estar pagando tantos sueldos y mas sabiendo que tenemos mercancía sin poder vender.

Y además se despedirían por su falta de desempeño en el ámbito laboral, porque si se les contrata para ese trabajo lo que deben de hacer es lo adecuado y conveniente para poder merecer su sueldo y que ayuden a nuestras tiendas generar más ventas y tener más clientes.

- Ventas bajas

Es lo que sucedería al estar mal fabricados nuestros productos por que los clientes nos estuvieran haciendo devolución de mercancía, no nos estuvieran comprando o también al tener las prendas con un precio muy elevado que no haya posibilidad que los clientes nos compren de mayoreo, que nuestros empleados no desarrollen su trabajo adecuadamente, quejas de los clientes, si tuviéramos poca publicidad que no nos diéramos a conocer.

- Pérdida de clientes

La principal consecuencia sería por el precio que tenemos o al no querer darles un buen descuento o porcentaje mejor, también si no le queremos vender a crédito y mínimo darle un mes eso podría alejar a nuestros clientes.

Además no atenderlos adecuadamente y brindarles un respeto y confianza necesaria para que estén satisfechos.

No tener buena calidad y si siempre tuviéramos los mismos productos los alejaríamos porque ellos requieren cosas nuevas cada vez que vengan hacer su compra.

- **Inventario retenido**
Es la consecuencia de la falta de calidad de nuestros productos y a la vez toda y cada una de las devoluciones de clientes que hagan por el motivo anteriormente mencionado y de igual manera que por que en las tiendas no se venda bien y no se esté obteniendo ingresos o ganancia de la mercancía.
- **Quiebra total**
Que no estemos vendiendo nada de mercancía, que hayamos hecho muchas ventas a crédito y los clientes no realicen los depósitos necesarios para que nos genere ingresos, que se nos estén acumulando varios gastos y no tener los recursos para cubrirlos, como luz, agua, teléfono, aguinaldos, etc. Y la mala producción de nuestra mercancía.

9. Que puedo eliminar?

- **Cientes deudores**

Existen en nuestra empresa personal muy puntuales en forma de pago, pero hay otras que no lo son esos clientes no nos satisfacen pues ya que van atrasando los pagos y de esta forma los vamos haciendo atenidos. Debemos o ya no darles a crédito o poner una fecha establecida para que no llegara a ocurrir esto.

- **Empleados insuficientes**

Esto es personas que no solo trabajan si no que tampoco dejan trabajar esto no ayuda a la empresa por que no solo no salen las prendas de calidad si no que también no salen a tiempo las cosas debemos de buscar una forma como contrato o simplemente premios semanales, para que se motiven y no arriesguen a la empresa.

- **Gastos innecesarios**

Debemos de eliminar a toda costa los gastos que hacemos supuestamente para la empresa que simplemente nos son necesarios, por que no solo es una perdida también puede llegar a ocasionar problemas mayores de no saber en que se gasto todo ese dinero.

- **Cambios de activos fijos que realicen un rendimiento total**

Esto se refiere a cambiar maquinaria que haga las prendas mas rápido por menos tiempo esto nos facilitara más y tendremos las cosas más a tiempo sin necesidad de desgastar tanto.

10. Que puedo agregar?

- Tecnología moderna

Tenemos que tener en la empresa tecnología adaptada inteligente, innovadora de alta calidad si queremos que nuestros productos sean de máximo desempeño pues

- Capacitación a personal

Esto es que los empleados a si como todo el personal administrativo debemos de tener por lo menos cada año una capacitación que ayudara a los mismos a desempeñarse y saber mas de su labor en la empresa para un mejor rendimiento y satisfacción de la misma.

- Plazos a créditos establecidos

Hay que dejarles a los clientes muy en claro por medio de contratos, pagaré etc. cuando será su fecha limite para que no se atrasen en los pagos y así tampoco nosotros atrasarnos en los mismos.

11 ¿PUEDE SER DIFERENTE LA TIENDA?

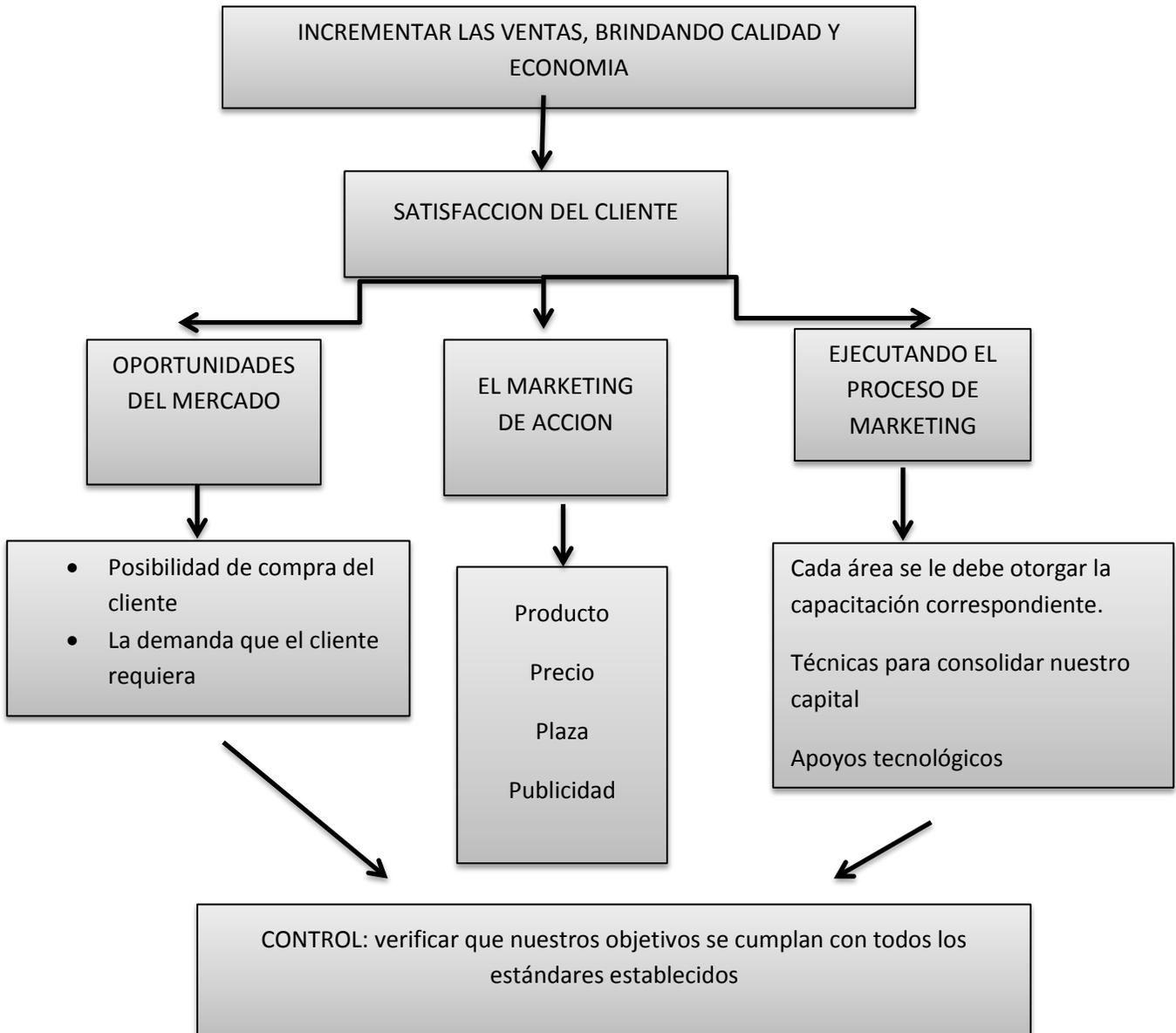
- Por su identidad propia ya que especifica su personalidad y en ella misma se auto simboliza en forma propia, es decir que la tienda tenga su propio estilo.
- Teniendo una buena comunicación entre todos, como de patrón a empleados y de empleado a patrón, eso es un buen punto para que la tienda siempre tenga comunicación y no haiga problemas que afecten.
- Iniciativa es decir: tener una buena actitud positiva de todos, mostrando su mejor desempeño y comportamiento haciendo así una mejor integración.

- Calidad en la mercancía, es decir; que no se hallen defectos en la mercancía y teniendo diseños innovadores de acuerdo a la temporada que estemos, dando un precio accesible para el público.
- Que los clientes se sientan confiables de su mercancía dando un plazo de respaldo de sus compras.
- El Servicio que demos, es decir; brindarles nuestras atenciones a cada persona.
- Su Estatus dependiendo de su integridad, ya que regulan su funcionamiento interno. Ejemplo: Quien va a administrarla, como se van a distribuir las ganancias....
- El Personal requerido para la buena organización de cada individuo para poder atender a las exigencias productivas de nuestro negocio.
- La disciplina y el respeto para demostrársela a cada uno de nuestros clientes.
- Orden adecuado en el negocio, es decir que cada empleado haga lo que le corresponda hacer en su trabajo
- La equidad ante nuestro equipo de trabajo, es decir; ser justo ante nuestros compañeros de trabajo, los clientes y por su puesto ante el patrón o socio.
- Tener nuestro objetivo bien planteado.

3. INTRODUCCION, PROCEDIMIENTO Y DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS.

ESQUEMA DE TRABAJO

En esta investigación nos enfocaremos en la mercadotecnia, ya que por medio de ella podremos incrementar las ventas, brindando calidad, servicio y buenos precios. Esto para la satisfacción del cliente, y esto lo lograremos con oportunidades del mercado, el marketing de acción, y ejecutando el proceso de marketing.

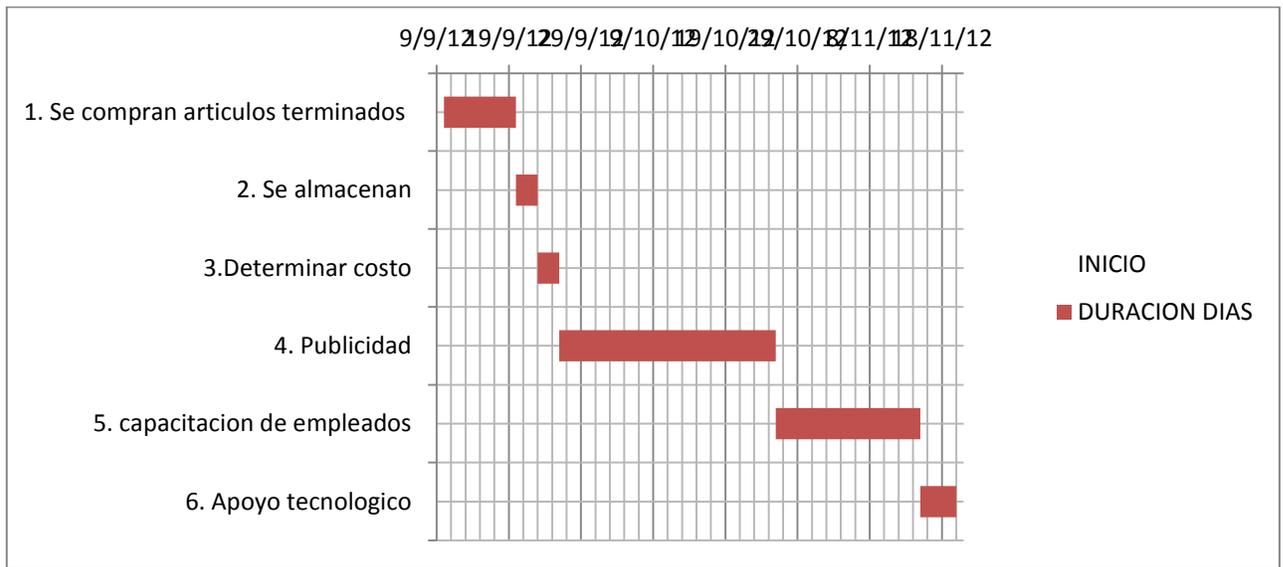


PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y RESOLUCION

Mediante la grafica de Gantt; que nos muestra con claridad la secuencia de las actividades que realizaremos en el determinado tiempo.

ACTIVIDADES	TIENDA COMERCIAL			
	TIEMPO	INICIO	DURACION DIAS	FINAL
1. Se compran artículos terminados	10/09/2012	10	20/09/2012	
2. Se almacenan	20/09/2012	3	23/09/2012	
3. Determinar costo	23/09/2012	3	26/09/2012	
4. Publicidad	26/09/2012	30	26/10/2012	
5. capacitación de empleados	26/10/2012	20	15/11/2012	
6. Apoyo tecnológico	15/11/2012	5	20/11/2012	

INICIO FINAL
41,161.00 41,234.00



JUSTIFICACION

Gracias al desarrollo de este proyecto, ampliaremos nuestros conocimientos y a su vez nos ayudara al incremento de nuestras ventas en nuestro negocio. Y así proporcionar un buen desempeño tanto interno como externamente. Logrando un análisis de la información obtenida para que no solo la empresa salga beneficiada sino también para que otros usuarios puedan apoyarse en este proyecto. Siendo esto un apoyo para desarrollar nuestra entidad para crecer económica, social e

individualmente, gracias a nuestros clientes que nos darán a conocer fuera de nuestra localidad. En otros aspectos tomando en cuenta a nuestros empleados deducimos que todos somos un equipo y somos indispensables para la empresa.

¿Cuál es el impacto del proyecto?

Nuestro impacto principal es el incremento de los productos o servicios con su campo de clientes y prospectos específicos a fin de impulsar ventas.

La demanda que tendrá gracias a los métodos que utiliza para incrementar las ventas, mediante este proyecto se conocerá la manera más adecuada y confiable de aumentar nuestras ventas aquí aclararemos dudas sobre lo que afecta a una empresa para que se desempeñe correctamente, con ayuda de la mercadotecnia sabremos cuales decisiones tomar para alcanzar un buen nivel de ventas que a su vez beneficiara tanto al personal interno de la empresa como a terceros que se unen a ella clientes, proveedores al igual que público en general ya que todo el conocimiento aquí adquirido guiara para lograr un buen nivel de ventas.

VENTAJAS:

Económico:

- Vamos a tener mayor utilidad
- Reducción sustantiva en los costos incremento de la seguridad de la información, mejoramiento de calidad en todos nuestros productos para cuando salgan a la venta para nuestros clientes.
- Reducción de gastos innecesario, mayor disponibilidad de tiempo para dedicar a actividades laborales.
- Incremento de la eficiencia y reducción en los costos administrativos
- Mas sucursales

Social:

- Lograr que exista una mayor organización y comunicación interna.
- Motivación interna, para ofrecer un mejor servicio a los clientes
- Con ayuda de nuestros clientes nos daríamos a conocer y tendríamos más y más clientes.

- Apoyo de muchas personas que una de las más importantes son nuestro equipo de trabajo, como nuestros trabajadores, contador, clientes, proveedores, etc.

Individual:

- Satisfacción personal
- Incremento económico
- Desempeño profesionalmente
- crecer en nuestra área de trabajo adecuadamente a saber tomar decisiones correctas
- Incremento en la competitividad que permitirá un mejor posicionamiento
- Trabajaríamos con más ánimo al saber que estamos vendiendo toda nuestra mercancía a p recio razonable para los compradores.

DESVENTAJAS:

Económico:

- Nuestros almacenes con mucha mercancía sin moverse detenida.
- Ropa mal fabricada.
- Atraso de clientes en sus pagos.
- Ventas bajas
- Aumento de costo la materia prima

Social:

- Falta de publicidad
- Mal desempeño de trabajadores
- Conflictos entre personal interno
- Que los clientes se quejen porque no hay mercancía nueva cuando vayan a comprar que siempre se la misma

Individual:

- No poner empeño para sacar adelante nuestro negocio.
- Reclamo de los clientes
- No tener recursos para comprar mercancía y tener bien surtida nuestras tiendas

Misión y visión y objetivos generales y específicos

MISIÓN:

Nuestra misión es ser la primera compañía de productos de venta en el país, centrada en la producción, intentamos proporcionar beneficios económicos adecuados a nuestros inversionistas al mismo tiempo que proporcionamos oportunidades de crecimiento y superación a nuestros empleados, socios comerciales y comunidades en las que operamos. En todo lo que hacemos actuamos con honestidad, imparcialidad e integridad.

Alcanzar nuestros objetivos en todos sus aspectos para lograr que sea un apoyo para nuestra empresa en el máximo crecimiento de nuestro potencial, tener un incremento en el porcentaje de ventas y crecer tanto internamente como externamente.

VISIÓN:

Utilidades:

Maximizar el número de accionistas, sin perder de vista la totalidad de nuestras responsabilidades.

Personal;

Ser un excelente lugar para trabajar, en donde nuestros subordinados se inspiren para dar lo mejor de sí.

Productos:

Ofrecer al cliente variedad y calidad en la mercancía que satisfacen los deseos y las necesidades del público en general

Socios:

Formar una red de socios exitosa y crear lealtad mutua.

OBJETIVOS GENERALES

- ser el 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 por su variedad de diseños.
- aumentar los activos.
- sobrevivir.
- crecer.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- aumentar las ventas mensuales en un 20%.
- generar utilidades mensuales
- obtener una rentabilidad anual del 25%.
- lograr una participación de mercado del 20% para el segundo semestre.
- producir un rendimiento anual del 14% sobre la inversión.
- elevar la eficiencia de la producción en un 20% para el próximo mes.
- vender 1, 000,000 productos al finalizar el primer año.
- triplicar la producción para fin de año.
- abrir 3 tiendas para el primer trimestre del próximo año.

HIPÓTESIS Y SUPUESTOS

HIPOTESIS NULA

0

- una hipótesis nula es una [hipótesis](#) construida para anular o refutar, con el objetivo de apoyar una hipótesis alternativa. Cuando se la utiliza, la hipótesis nula se presume verdadera hasta que

una prueba estadística en la forma de una prueba empírica de la hipótesis indique lo contrario. Si la hipótesis nula no es rechazada, esto no quiere decir que sea verdadera.

$H_0; \mu=4177470$

$H_1; \mu= 295589$

METODOLOGIA Y CARACTERIZACION DEL AREA EN LA QUE PARTICIPO

METODOLOGIA

La metodología hace referencia al conjunto de procedimientos racionales utilizados para alcanzar una gama de objetivos que rigen en una investigación científica, una exposición doctrinal o tareas que requieran habilidades, conocimientos o cuidados específicos. Alternativamente puede definirse la metodología como el estudio o elección de un método pertinente para un determinado objetivo.

- Describe el camino que seguirás para obtener los resultados planteados.
- Un ejemplo sería al querer determinar nuestras tendencias en años que sería nuestro tiempo y nuestros ingresos para determinar si estamos generando utilidades y sacamos la gráfica correspondiente para determinarlo, donde también utilizamos supuestos que fueron las tres P:
 - Plaza
 - Producto
 - Precio

Pero tomamos muy en cuenta el tiempo porque es de lo que dependemos, aparte de la demanda, costo, calidad, etc.

Donde queremos generar ventas, tener contentos nuestros clientes y tener la mejor venta de mercancías para estar generando ingresos y lograr ser los mejores.

Método analítico y Experimental

El método utilizado es analítico y experimental, para el desarrollo de este proyecto, llamado INCREMENTO DE VENTAS haremos que los resultados planteados se hagan correctamente por medio de una hipótesis y con objetivos específicos argumentados desde el principio, primeramente lo lograremos con una

organización y participación del equipo con investigaciones, encuestas y ensayos referentes al tema en especial.

Analítico

1. Observación
2. Descripción
3. Examen crítico

- Investigación:

Buscamos, y pensamos el tema que queríamos para elaborar el proyecto, tomamos varias fuentes de diversos autores como: *Luis Xavier González* y *Iban Thompson* para tener diferentes puntos de vista y elaborar mejor. Tomamos las variables correspondientes, que fueron ingresos y tiempo, para establecer mejor el modelo de regresión simple

- Analizar:
Analizamos el tema para obtener los mejores resultados y así poder guiarnos mejor en nuestros propósitos a realizar.
- Recopilación
Juntamos la información más concreta y clara de nuestro tema para tomar los datos más sobresalientes y así brindar mejor hipótesis.
- Creamos un borrador
En este borrador planteamos todo lo que recopilamos de la información y nos dimos una idea de como nos iba a quedar este proyecto, viendo como nos iba quedar planteado en este proyecto.
- Desmembración de todo nuestro proyecto
Separamos lo más importante de nuestro proyecto en parte para a si dando una buena clasificación.
- Planteamos la grafica
Creamos graficas para darnos cuenta como están aumentando nuestras ganancias a pasado presente y futuro y así tomar en donde empezariamos a solucionar problemas si es que andan bajas.

Método experimental

Nuestro proyecto consta de 4 fases las cuales son:

- La observación de hechos

Utilizamos la regresión lineal que es una técnica estadística para utilizarla y estudiar la relación entre variables. Y su formula correspondiente: $Y = a + bx$.

La experimentación al sacar nuestra pendiente y constante y la utilización de mínimos cuadrados.

El coeficiente B1 es la pendiente de la recta.

El coeficiente B0 es el punto en el que la recta corta el eje vertical.

- La creación de hipótesis.
Que fue nula o.

Es una [hipótesis](#) construida para anular o refutar, con el objetivo de apoyar una hipótesis alternativa. Y nuestros resultados fueron:

$H_0; \mu = 4177470$
 $H_1; \mu \neq 4177470$

- La aplicación de sistemas matemáticos es el coeficiente correspondiente a la constante y es el origen de la recta de regresión lo que llamamos B0 y su formula correspondiente es: $B_0 = Y - B_1X$

(Para la realización de este proyecto se recopiló información de diferentes sitios web).

Historia

James Corona es un empresario mexicano fundador de Ladies Coture S.A, uno de los mayores fabricantes de prendas de vestir en la región de los altos de Jalisco. Criado en Michoacán, en 2005 emigra a Puerto Vallarta junto con dos hermanas y su madre, donde son recibidos por familiares.

Se traslada a Guadalajara en 2007 para abrir una pequeña tienda de ropa, que crece hasta convertirse en un próspero negocio.

Ladies Coture abrió su primera tienda en Guadalajara Jalisco, México. A manos de Casandra Bellavista mientras la nueva marca estaba progresando, Blue Colash vio un efecto de canalización (una situación cuando una marca nueva de una compañía se come el crédito de marcas anteriores). Como resultado, la mercancía de B.C. comenzó a usar materiales y construcciones de calidad más alta (y subiendo los precios) para distinguir la diferencia entre las dos tiendas. Ladies Coture es muy similar a Blue Colash, con la excepción de que los precios son un poco menos caros que los de B.C. En mayo del 2009, oficiales de B.C. mandaron una carta a la marca rival Vangee acusando a la compañía de usar el logotipo en sus prendas confundiendo a los clientes pensando que ellos estaban comprando

mercancía de Ladies Coture. Específicamente, el pleito acusaba a Blue Colash de infracción de marca registrada, competencia injusta y prácticas comerciales engañosas. Vangee pidió a una corte que parara a Blue Colash de usar el número y premiar con premio compensatorio y pagar por daños punitivos.

Ladies Coture fue la primera compañía en la historia en producir diseños juveniles. En 1872, Jacob Davis, un sastre nacido en el seno de una familia judía de Riga, quien le compraba regularmente prendas a Ladies Coture, le comunicó a éste el inconveniente que presentaban sus prendas: se descosían fácilmente con el duro trabajo. Ambos encontraron una posible solución: reforzar con remaches. Le sugiere que juntos soliciten la patente del proceso y el 20 de mayo de 1873 llega la concesión de esta y de la marca registrada de EE.UU. Así nacía oficialmente la primera prenda remachada de Ladies Coture y se inicia la producción de la prenda de vestir más fabricada de todos los tiempos: diseños juveniles.

FUNDAMENTO TEORICO

MODELO DE REGRESIÓN LINEAL

Es una técnica estadística para utilizarla, para estudiar la relación entre variables, Se adapta a una amplia variedad de situaciones. Se emplea para distinguirlo del resto de técnicas de regresión, que emplean modelos basados en cualquier clase de función matemática. “En la investigación social, el análisis de regresión simple se utiliza para predecir un amplio rango de fenómenos, desde medidas económicas hasta diferentes aspectos del comportamiento humano”. (Devore, s/a, pág. 1)

En estadística la regresión lineal o ajuste lineal es un método matemático que modela la relación entre una variable dependiente Y, las variables independientes Xi y un término aleatorio ε . Este modelo puede ser expresado como:

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_p X_p + \varepsilon$$

Los modelos lineales son una explicación simplificada de la realidad, mucho más ágil y con un soporte teórico por parte de la matemática y la estadística mucho más extenso.

REGRESIÓN MÚLTIPLE MODELO

Utilizamos regresión múltiple cuando estudiamos la posible relación entre varias independientes (predictoras o explicativas) y otra variable dependiente (criterio,

explicad, respuesta) “En [estadística](#) la regresión lineal o ajuste lineal es un [método matemático](#) que [modela](#) la relación entre una [variable dependiente](#) Y, las [variables independientes](#) X_i y un término [aleatorio](#) ε . Este modelo puede ser expresado como:

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \cdots + \beta_p X_p + \varepsilon$$

Y_t : Variable dependiente, explicada o regresando.

X_1, X_2, \cdots, X_p : Variables explicativas, independientes o regresores.

$\beta_0, \beta_1, \beta_2, \cdots, \beta_p$: Parámetros, miden la influencia que las variables explicativas tienen sobre el regresando. (s/a)pag.2

MÍNIMOS CUADRADOS

Mínimos cuadrados es un análisis numérico que está dentro de la optimización matemática, intenta encontrar la función dentro de esta familia, que mejor se aproxime a los datos con un mínimo error cuadrático. En su forma más simple, intenta minimizar la suma de cuadrados de las diferencias ordenadas llamadas residuos entre los puntos generados por la función y los correspondientes en los datos.

(Específicamente, se llama mínimos cuadrados promedio (LMS) cuando el número de datos medidos es 1 y se usa el método de descenso por gradiente para minimizar el residuo cuadrado.) (lewis-beck, 2003, pág. 3)

HIPÓTESIS NULA

Es la manera de determinar si nuestra hipótesis es nula, y realmente fue lo que nos dio al hacer los cálculos correspondientes, utilizando nuestros supuestos: tiempo e ingresos. Así pudimos determinarla para saber que no fue rechazada. La hipótesis nula es aquella que nos dice que no existen diferencias significativas entre los grupos. Es una hipótesis que se acepta o se rechaza según el resultado de la investigación. El hecho de contar con una hipótesis nula ayuda a determinar si existe una diferencia entre los grupos, si esta diferencia es significativa, y si no se debió al azar. Al formular esta hipótesis, se pretende negar la variable independiente. Es decir, se enuncia que la causa determinada como origen del problema fluctúa, por tanto, debe rechazarse como tal. “En [estadística](#), una hipótesis nula es una [hipótesis](#) construida para anular o refutar, con el objetivo de apoyar una hipótesis alternativa. Cuando se la utiliza, la hipótesis nula se presume verdadera hasta que una [prueba](#) estadística en la forma de una prueba empírica

de la hipótesis indique lo contrario. Si la hipótesis nula no es rechazada, esto no quiere decir que sea verdadera.” (wikipedoa, s/a, pág. 4)

SERIES DE TIEMPO

Esta dada por un conjunto de observaciones que están ordenadas en el tiempo, y que estas se pueden representar el cambio de una variable ya sea de tipo económica, física, química, biológica, etc. “El análisis de series de tiempo desempeña un papel importante en el análisis requerido para el pronóstico de eventos futuros. Una serie de tiempo es un conjunto de datos numéricos que se obtienen en períodos regulares a través del tiempo.

Estos datos pueden ser muy variados, generalmente son usados para evaluar el comportamiento de las ventas de una empresa, o para evaluar el comportamiento de los índices de precio de un país o de un tipo de producto pero en general pueden aplicarse a cualquier negocio y /o área.” (monografias, 2005, pág. 5)

TENDENCIA LINEAL

Se puede calcular el coeficiente de determinación a fin de evaluar que tan correcta es la estimación de la recta de regresión. También es posible calcular intervalos de confianza para la estimación. Para ello es necesario calcular el error estándar de la estimación.

(Es una relación funcional entre dos o más variables correlacionadas. Se utiliza para pronosticar una variable con base en la otra. La tendencia lineal es útil para el pronóstico a largo plazo de eventos importantes, así como la planeación agregada.) (tareass, 2005, pág. 6)

Alcances del proyecto

Las características para poder desarrollar este proyecto de investigación fueron las siguientes:

- 1- Elegir un proyecto:
En este punto entre todos los integrantes del equipo elegimos un tema de nuestro interés relacionado con la estadística administrativa.
- 2- Análisis del proyecto:
Analizamos el tema a fondo para así poder comenzar a desarrollar las ideas de centrales de nuestra investigación con las siguientes interrogativas:

¿Qué? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Para qué? ¿Quién? ¿Causa?
¿Consecuencia? ¿Qué puedo eliminar? ¿Qué puedo agregar? ¿Puede ser diferente?

- 3- Introducción, procedimiento y descripción de las actividades realizadas:
Aquí se inicia la introducción para el proyecto así como el planteamiento del problema y sus posibles formas de solución basándonos en los siguientes conceptos: Tiempo, actividades, materiales, personas, información y costos.
- 4- Justificación:
Explicamos cual será el impacto del proyecto, además de las ventajas y desventajas que nos ocasionara en el ámbito económico, social e individual.
- 5- Misión, visión y objetivos generales y específicos:
Establecer cuales son las estrategias que utilizaríamos para lograr nuestras metas a futuro, planificarlo de tal manera que el proyecto sea perfecto para que pueda ser desarrollado fácilmente.
- 6- Hipótesis y supuestos:
Explicamos los posibles hechos reales y ficticios que se presentarían al avanzar en el desarrollo del proyecto, realizando una hipótesis con supuestos, basándonos en experiencias de varias empresas ya establecidas.
- 7- Metodología y Caracterización del área en la que participó:
Se eligió un método común para fundamentar los avances y así desarrollar más a fondo los objetivos planteados de la manera más accesible y fácil de comprender para toda persona.
- 8- Antecedentes:
Creamos la historia desde los inicios de una entidad ficticia para así tener una base de como se inicio el desarrollo del proyecto, y como es posible Llevarlo a cabo en un futuro.
- 9- Fundamento teórico:
Se analiza y selecciona la información verídica en la que se baso la creación y desarrollo, además de integrar citas bibliográficas para facilitar el acceso a la información encontrada.
- 10- Propuesta del proyecto y modelo de regresión:
Aquí se desarrollaron gráficos para apoyar la proyección que hicimos planeando nuestros ingresos en 5 años más del actual.

Limitaciones del proyecto

- 1- Recursos financieros: los recursos financieros son la base para llevar a cabo el proyecto pues sin ellos es imposible comenzar a desarrollarlo.

Como principal opción es el dinero en efectivo, por eso es importante hacer un presupuesto a fondo para calcular todo lo requerido y que no sea un limitante en nuestra entidad. Se puede obtener mediante préstamos o aportaciones de los socios integrados a esta.

- 2- Acceso a la información: es necesario revisar punto por punto la información que se obtiene de cualquier fuente pues si no es verídica y confiable se convertirá en una gran limitación para poder desempeñar nuestro proyecto de manera correcta y sencilla.
- 3- Factibilidad y viabilidad del proyecto: La factibilidad y viabilidad es muy accesible a nuestro progreso puesto que es un proyecto que se puede llevar a cabo de manera sencilla y es su desarrollo necesita un ingreso que es viable para quien requiera comenzar su planeación.

CONCLUSIÓN

Como podemos observar de la grafica los ingresos en el 2011 crecen Favorablemente sin embargo en la proyección, los datos estimados muestran un crecimiento moderado, consideramos el modelo calculado con mínimos cuadrados nos da una explicación medianamente confiable de la realidad. Porque los datos reales muestran un comportamiento irregular, pero al final con la utilización de los métodos y la pronosticación se logro el aumento favorable de las ventas quedando así la tabla que señala lo real y lo pronosticado.

Como se observa en la grafica en 2001 empezamos con ingresos favorables pero conforme pasaron los años se dieron las bajas por causa de los productos no estaba saliendo correctamente y tuvo un incremento en sus costos de igual forma la baja de calidad de los productos hizo decaer las ventas y esto ocasionó que los clientes dejaran de adquirir nuestra productos, asi como también las prendas no estaban conforme a la moda y temporada de la misma manera afecto las ventas de nuestro producto.

Por lo cual decidimos tomar nuevas estrategias para reorientar la compra de los productos que vendemos con un mejor proveedor para una mejor calidad en las prendas y así utilizamos diferentes métodos como el estudio del marketing entrando así (propaganda, publicidad).

Por lo tanto las ventas fueron aumentando favorablemente lo cual era nuestro objetivo principal.

RECOMENDACIONES

Para mejorar el incremento de ventas en tu empresa a futuro es recomendable seguir los pasos de manera correcta y así poder evitar cometer algún error a la hora de desarrollarlo, puesto que este esta estructurado de manera muy ordenada y precisa para su buen funcionamiento.

Nosotros basamos nuestro proyecto en una entidad para comprobar que funciona realmente y que es posible llevar su proceso de tal forma que beneficie a futuro, siendo esto una gran inversión sin necesidad de que existan perdidas financieras.

Recomendamos rotundamente nuestra planeación de incremento de ventas ya que cada uno de sus pasos fueron corroborados con especialistas en el tema, los cuales analizaron todos los puntos aquí planteados, por esta razón se confirma que es un método muy confiable para obtener resultados favorables.

Si se llegara a presentar alguna confusión o duda en este se puede consultar con personas expertas en ventas las cuales resolverán tus dudas de manera profesional y así te brindaran la seguridad de que se puede combatir cualquier error que pudiera amenazar con perjudicar el buen funcionamiento de cualquier organización que desempeñe un papel económico dentro de la empresa.

Si no se siguen los pasos según su planteamiento puede que existan conflictos a futuro lo que podría ser demasiado perjudicial para los ingresos que se proporcionan a través de las ventas, por eso se reitera la gran importancia que es llevar el buen control en el desempeño de la proyección.

Esperamos de la manera mas atenta que esta información sea de gran ayuda para sus planes a futuro puesto que nuestro deseo es que se alcance el éxito deseado con este sistema básico financiero.

Bibliografía

monografias. (15 de noviembre de 2005). *Jaime Urbina P.* Recuperado el 08 de noviembre de 2012, de <http://www.monografias.com/trabajos31/series-tiempo-internet/series-tiempo-internet.shtml>

(s/d de s/m de s/a).

tareas, b. (s/d de mayo de 2005). *buenas tareas*. Recuperado el 08 de noviembre de 2012, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Tendencia-Lineal/2097818.html>

wikipedia. (S/D de S/M de 2003). *lewis-beck*. Recuperado el 08 de noviembre de 2012, de http://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%ADnimos_cuadrados

wikipedia. (s/d de s/m de s/a). *Devore, Jay L.*; . Recuperado el 08 de noviembre de 2012, de http://es.wikipedia.org/wiki/Regresi%C3%B3n_lineal

wikipedoa. (s/d de s/m de s/a). http://es.wikipedia.org/wiki/Hip%C3%B3tesis_nula. Recuperado el 12 de noviembre de 2012, de http://es.wikipedia.org/wiki/Hip%C3%B3tesis_nula

Bibliografía

monografias. (15 de noviembre de 2005). *Jaime Urbina P.* Recuperado el 08 de noviembre de 2012, de <http://www.monografias.com/trabajos31/series-tiempo-internet/series-tiempo-internet.shtml>

(s/d de s/m de s/a).

tareas, b. (s/d de mayo de 2005). *buenas tareas*. Recuperado el 08 de noviembre de 2012, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Tendencia-Lineal/2097818.html>

wikipedia. (S/D de S/M de 2003). *lewis-beck*. Recuperado el 08 de noviembre de 2012, de http://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%ADnimos_cuadrados

wikipedia. (s/d de s/m de s/a). *Devore, Jay L.*; . Recuperado el 08 de noviembre de 2012, de http://es.wikipedia.org/wiki/Regresi%C3%B3n_lineal

wikipedoa. (s/d de s/m de s/a). http://es.wikipedia.org/wiki/Hip%C3%B3tesis_nula. Recuperado el 12 de noviembre de 2012, de http://es.wikipedia.org/wiki/Hip%C3%B3tesis_nula

Bibliografía

monografias. (15 de noviembre de 2005). *Jaime Urbina P.* Recuperado el 08 de noviembre de 2012, de <http://www.monografias.com/trabajos31/series-tiempo-internet/series-tiempo-internet.shtml>

(s/d de s/m de s/a).

tareas, b. (s/d de mayo de 2005). *buenas tareas.* Recuperado el 08 de noviembre de 2012, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Tendencia-Lineal/2097818.html>

wikipedia. (S/D de S/M de 2003). *lewis-beck.* Recuperado el 08 de noviembre de 2012, de http://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%ADnimos_cuadrados

wikipedia. (s/d de s/m de s/a). *Devore, Jay L.;* . Recuperado el 08 de noviembre de 2012, de http://es.wikipedia.org/wiki/Regresi%C3%B3n_lineal

wikipedoa. (s/d de s/m de s/a). http://es.wikipedia.org/wiki/Hip%C3%B3tesis_nula. Recuperado el 12 de noviembre de 2012, de http://es.wikipedia.org/wiki/Hip%C3%B3tesis_nula

BIBLIOGRAFÍA

- www.Wikipedia/wiki.com
- www.monografias.com
- www.mitecnologico.com