

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Ensayo sobre el desarrollo de la empresa Anne Foutté en Morelia. Planeación de una empresa de vestuario teatral en alta costura

Autor: Ana Elizabeth Tejeda Velázquez

**Tesis presentada para obtener el título de:
Maestra en Gestión Empresarial**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





Universidad Vasco de Quiroga

Educación a Distancia

Maestría en Gestión Empresarial

Ensayo sobre el desarrollo de la empresa *Anne Fouetté* en Morelia.

Planeación de una empresa de vestuario teatral en alta costura.

Ana Elizabeth Tejeda Velázquez

TITULACIÓN

Morelia, Mich. a 27 de enero de 2016

ENSAYO SOBRE EL DESARROLLO DE LA EMPRESA *ANNE FOUETTÉ*
EN MORELIA.
PLANEACIÓN DE UNA EMPRESA DE VESTUARIO TEATRAL EN
ALTA COSTURA.

INTRODUCCIÓN

Quiero comenzar expresando que la danza es mi vida, el centro de mi existencia absoluta y la moda es para mí la disciplina complementaria perfecta a esta arte, con la que puedo manifestar todo lo que siento.

Agradezco infinitamente a Dios por permitirme estudiar las carreras de Licenciatura en Diseño e Industria de la Moda y Ballet Clásico, en esta última disciplina tanto como maestra y bailarina profesional; y actualmente por titularme de la Maestría en Gestión Empresarial. Aprovechando los conocimientos adquiridos en la formación profesional de dicho posgrado y durante la vida diaria, sabiendo que sólo tenemos una oportunidad en esta vida, he decidido seguir lo que amo y cumplir mis sueños. La manera de llevar a cabo dicha meta será a través de la creación de una empresa propia, consistente en la elaboración de vestuario teatral en alta costura para las bailarinas de ballet clásico, compaginando mis dos carreras profesionales en un solo espacio.

Considero que la creación de una empresa es uno de los objetivos que cualquier profesional desea cumplir. La independencia laboral nos hace más creativos y más libres en nuestras vidas. Aunado a esto, actualmente existen muchas formas de financiar los proyectos de inversión en México. Por ello, considero que es el momento ideal para que los mexicanos emprendamos nuestro propio negocio.

En el año 2011, decidí crear y registrar mi propia marca de vestuario teatral *Anne Fouetté*; hoy quiero constituir la como una empresa en Morelia, Michoacán, sobre todo por la inquietud de distribuir prendas de manufactura nacional, debido a que la calidad actual de los productos mexicanos de este rubro que se comercializan no se ha caracterizado por ser la mejor. Lamentablemente se sabe que la gente suele preferir los productos textiles importados del extranjero. Sin embargo, me encuentro realmente comprometida con

México para romper los paradigmas que se tiene sobre los productos mexicanos, éste realmente es el propósito de la creación de mi empresa innovadora *Anne Fouetté*.

Tengo la ventaja competitiva de haber trabajado en el rubro y ser bailarina de ballet clásico profesional, durante más de 21 años. Me gusta diseñar vestuarios teatrales innovadores, originales y personalizados, ya que comprendo que cada persona tiene diferentes gustos. Además, una de mis metas principales consiste en que cuando las personas adquieran una prenda elaborada por *Anne Fouetté*, se les asegure que los artículos que compran son de la mejor calidad y diseño. La empresa mexicana estará enfocada en ser líder en todos los aspectos que comprende, ya que no dejaré pasar ningún detalle en el que nos supere la competencia.

Considerando la experiencia que tengo en la industria textil, me he dado cuenta que la falta de investigación y desarrollo de las empresas en Morelia, Michoacán, ha influido en su desaparición antes de dos años de vida. Esta razón aunada a los aspectos mencionados anteriormente son por los que estoy interesada en llevar a cabo un ensayo, donde pueda analizar y planear el desarrollo de la empresa *Anne Fouetté*.

Además, es de gran importancia la constitución de empresas en Morelia, Michoacán, ya que esto trae muchas ventajas, entre ellas se encuentran la generación de empleos, la implementación de tecnología y un impulso a la economía mexicana. Por último, el presente ensayo también se justifica desde el enfoque práctico, porque aplica todas y cada una de las materias cursadas durante el posgrado en un problema real, que demuestra lo aprendido, como forma de consolidar la obtención del título de la Maestría en Gestión Empresarial.

- Delimitación del Problema de investigación.

En un mundo donde la globalización es un tema de todos los días, constantemente aparecen nuevas empresas internacionalmente que ofrecen productos y servicios creativos, avanzados tecnológicamente y a precios accesibles para el público. Actualmente nos encontramos en el tiempo más competitivo de la historia, esto constituye un gran reto para las empresas, ya que al surgir negocios más innovadores dejan en desventaja a las ya establecidas; por lo que, la globalización representa un gran desafío para todas las organizaciones del mundo.

Un aspecto que ha aumentado su importancia con la globalización, es la elaboración del plan de una empresa. El objetivo principal de este documento es tener un resumen del negocio por emprender, definiendo el negocio junto con los objetivos del mismo.¹ Pienso que llevar a cabo un buen plan de empresa es de gran importancia porque se aterrizan las ideas sobre el concepto de la organización, se plasman las claves para el éxito, se analiza a la competencia, entre otros aspectos importantes a considerar para iniciar una empresa. En lo personal, los planes de negocio que he realizado durante mi vida académica, han tenido la función de orientar en un mundo donde existen múltiples opciones de empresas del mismo rubro, permitiendo tomar las mejores decisiones e incluso dan la pauta a que un inversionista se atreva a invertir en un proyecto.

He observado que México se encuentra en un momento histórico de apoyo a los emprendedores. Menciono esto, porque en el 2013 el presidente Enrique Peña Nieto estableció el Instituto Nacional del Emprendedor² y lanzó una red de apoyo a emprendedores a través de la semana del emprendedor.³ Esta última está constituida por varias instituciones nacionales, las cuales han realizado campañas para invitar a los mexicanos a invertir en empresas propias dentro del país. Sin embargo, esto aunado a la elaboración del plan de empresa, no garantiza el éxito. Desde mi punto de vista, para competir con las grandes empresas debemos centrarnos en nuestra actitud, identidad, inteligencia, carácter, creatividad, entrega, pasión, la estabilidad de nuestros empleados y la de nosotros mismos.

En el presente ensayo, busco la respuesta a muchas preguntas que me han surgido al crear y planear un negocio textil. Estas interrogantes estarán plasmadas en el análisis teórico a través del ensayo, que dará la pauta para la creación y administración de una empresa de este rubro; por lo que, brindaré un panorama general de la planeación de un negocio del sector textil. Lo que pretendo mostrar, principalmente, es el cambio de mentalidad, producto de la globalización, ya que en la actualidad las empresas se basan en las mejoras continuas en todas las áreas de las mismas.

¹ Véase: Mercedes, Cardenal y Salcedo, Elena, *Cómo crear y administrar una empresa de moda*, Bogotá, Grupo Editorial Norma, 2005, pp. 229

² El Instituto Nacional del Emprendedor es una organización que brinda apoyo a emprendedores de las micro, pequeñas y medianas empresas, impulsando su competitividad en los mercados nacional e internacional.

³ En la red de apoyo a emprendedores, los empresarios encuentran apoyos y programas para iniciar o hacer más productivos sus negocios. Existe una ventanilla de atención en cada delegación de la Secretaría de Economía y en toda la República Mexicana.

Este ensayo se realizará específicamente en la ciudad de Morelia, Michoacán aplicado al rubro textil. Tomando como base la marca registrada *Anne Fouetté*. Esta marca fue registrada en el año 2011 ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual (IMPI). Analizaré la información del año 2014, para conocer la situación actual de la industria textil. El tiempo requerido para la realización del trabajo es la duración de la materia académica Seminario de Tesis correspondiente a un mes. Por último, quiero hacer mención de la siguiente frase de un autor anónimo:

Emprender es vivir durante unos años como mucha gente no lo haría para poder vivir el resto de tu vida como la gente no puede.⁴

Esta frase me motiva a continuar con el proyecto solicitado, el cual no es fácil llevar a cabo, ya que son muchos factores los que se tienen que tomar en cuenta antes de emprender un negocio. Aunque se elabore un ensayo y no un estudio a profundidad, debe abarcar la mayor cantidad de aspectos posibles para la creación del panorama general. Cabe mencionar, que aún teniendo todos esos elementos, no significa que voy a tener éxito en el mismo, sin embargo representan más elementos a mi favor para lograr el objetivo. Uno de ellos, es el gran conocimiento que la Maestría en Gestión Empresarial me ha brindado, ya que cada una de las materias cursadas hicieron hincapié en la constitución de mi propia empresa, por mencionar algunas, Derecho, Oportunidades de Mercados y Sistemas de Información, Mercadotecnia, entre otras materias de gran importancia en el proceso. Sin lugar a dudas, el primer paso será atreverme, pero deberé de ir de la mano con una actitud optimista y con la satisfacción de que estaré cumpliendo mis sueños.

✓ Los objetivos de investigación.

Objetivo general:

La presente investigación tiene como objetivo recopilar información útil para constituir una empresa textil de la marca registrada *Anne Fouetté*, y contribuir a la competitividad de la misma en un mundo donde la globalización es un tema de todos los días; por medio de la elaboración de un plan para la creación y desarrollo de dicha empresa especializada en el

⁴ Véase: Ortiz, Juliano, *¿De qué te desprendes para emprender? Parte II*, en: www.thewalkingnews.com/2014/07/de-que-te-desprendes-para-emprender-parte-ii/# Consultado el 4 de diciembre de 2014

diseño y elaboración de vestuarios teatrales en alta costura en Morelia, Michoacán, generando un valor agregado para los bailarines de ballet clásico.

Objetivos específicos:

- Presentar un panorama general sobre la situación del rubro textil, enfocado al vestuario teatral en alta costura en Morelia, y con ello determinar la viabilidad de la creación de la empresa.
- Desarrollar una empresa textil que genere elementos innovadores frente a los competidores.
- Satisfacer las necesidades específicas y deseos del mercado meta.
- Proporcionar una excelente experiencia de servicio a los consumidores a la hora de comprar los productos que motive a los clientes a adquirirlos nuevamente, en el corto plazo.

Con la lectura de este documento las personas con espíritu emprendedor podrán conocer recomendaciones creativas y reales de las diferentes áreas de una empresa textil; se promoverá el desarrollo y crecimiento de las mismas, y se generarán elementos de competencia para cumplir sus metas. Lo anterior, será producto de los conocimientos adquiridos durante el programa de Maestría en Gestión Empresarial, lo cual, hará tener una ventaja competitiva por encima de las demás empresas del rubro. El ensayo brindará más herramientas con las que enfrentaremos los retos laborales que surjan en el desarrollo de la empresa.

La planeación de la empresa de vestuario teatral en alta costura, dará la capacidad de ofrecer productos de calidad y un buen servicio, consiguiendo la satisfacción de un segmento de la población que prefiera verse elegante, impecable y sentirse cómoda. Como estudiante de Maestría en Gestión Empresarial, obtendré experiencia a través de la creación de mi propia empresa y seré mejor profesionalista cada vez, para hacer frente a las necesidades de un mundo globalizado y competitivo.

DESARROLLO

Los emprendedores que deseen crear y desarrollar una empresa en el rubro textil, deben aterrizar sus ideas y hacer de ellas un proyecto real. Para el autor Galindo:

Es importante que el futuro empresario analice y tenga en cuenta los factores internos y externos que optimizan o afectan su negocio, ya que el proyecto empresarial puede ser viable, para lo cual es necesario cumplir el proyecto en el tiempo de puesta en marcha, generar producción y ventas en el tiempo inicialmente planeado. Pero también puede ser factible que se realice de acuerdo a los planes inicialmente establecidos. Los factores externos que afectan un proyecto empresarial y que tienen incidencia directa en las debilidades y en las fortalezas, generan efectos trascendentales hasta el punto de obtener éxito o fracaso, dependiendo de la solidez, de nuestro negocio alguna de estas variables son: el mercado, las competencias, las políticas macroeconómicas que definen los gobiernos, los efectos inflacionarios, los problemas sociales, los decretos y leyes, los efectos ambientales⁵

Dicho texto nos muestra que es fundamental conocer los factores que afectan directa e indirectamente a la creación de una empresa, antes de llevar a cabo la implementación de la misma. Esto, indudablemente, influirá en el éxito o fracaso del negocio. Hoy por hoy, los emprendedores que desean crear una empresa sin importar su tamaño, realizan estudios de factibilidad que los acercan más a sus metas, a diferencia del pasado, donde solamente las grandes empresas realizaban este tipo de estudios y no se les daba la importancia que estos merecen. Con lo anterior no se garantiza el éxito, pero sí se generan ventajas para alcanzarlo.

Para cumplir lo mencionado anteriormente, llevaré a cabo el plan de empresa, el cual funcionará como una guía e indicará la manera de operar de mi negocio. Incluso me facilitará la presentación del proyecto a los inversionistas o a las personas en general. Además, este documento es muy importante a la hora de solicitar un crédito a alguna institución de emprendedores o institución financiera tradicional.

Ahora bien, pasando específicamente al campo del diseño de modas, donde crearé vestuario teatral innovador en alta costura inspirado en un tema y escenario concretos; dicho proceso se iniciará con una propuesta creativa e imaginaria de diseño y culminará en la realización del mismo materialmente. En este sentido, Saltzman nos dice:

Nace de una idea y se concreta en una forma. Pero dado que la forma que se proyecta en el diseño de indumentaria es la del vestido, y que la ropa es un elemento de intervención sobre la morfología del

⁵ Véase: Galindo, Carlos Julio, *Manual para la creación de empresas: guía de planes de negocio*, Bogotá, Ediciones Ecoe, 2004, p. 4

cuerpo del usuario, el diseño debe prever que el resultado del proyecto terminará creando con él una nueva condición, en relación directa con él o los contextos.⁶

Esta frase pone evidente que la creación va más allá de la simple realización de un vestido, ya que éste debe ser personalizado y a la vez cubrir todas las necesidades del cliente. Por mis conocimientos adquiridos en el rubro, sé que actualmente las personas ya no están interesadas en vestir atuendos elaborados en serie de tiendas departamentales. Los deseos actuales del público en general, están basados en diferenciarse de los demás; no es lo mismo portar un atuendo que varias personas vestirán, a un modelo de ropa con las características que se desean y de acuerdo a nuestra personalidad. Por lo tanto, afirmo que los diseñadores de moda no creamos y comercializamos ropa, sino vendemos emociones.

En mi experiencia en el campo, me he dado cuenta que existe una lista de necesidades sin satisfacer en Morelia, Michoacán. Por ejemplo, si se desea un vestuario teatral especial para una elegante presentación de ballet, es difícil encontrarlo, y mucho menos personalizado, además de baja calidad, por lo que, lamentablemente, la mayoría de las personas optan por comprarlo en Estados Unidos. Lo anterior indica que mi proyecto es factible, al presentarse este deseo insatisfecho en la ciudad.

Las empresas pymes

Primeramente, citaré la definición de una empresa en general:

Es una unidad económica de producción y decisión que, mediante la organización y coordinación de una serie de factores (capital y trabajo), persigue obtener un beneficio produciendo y comercializando productos o prestando servicios en el mercado.⁷

Con esta definición reafirmo que las empresas son unidades que nos brindan beneficios tanto para los clientes como para los comerciantes: para la sociedad en general. En el rubro de la moda, dicho término, es un universo de encantos especiales y a la vez un negocio complejo que ocupa un lugar importante en la economía de todos los países. Cabe mencionar, que su éxito depende del talento, la visión que se tiene para realizar el diseño y el liderazgo para dirigir la empresa.

⁶ Véase: Saltzman, Andrea, *El cuerpo diseñado*, Buenos Aires, Editorial Paidós, 2003, p.13

⁷ Véase: Administración Federal de Ingresos Públicos, *Boletín impositivo, números 98-99; número 101*, Buenos Aires, 2005, p. 2199

Ahora bien, como en todo, existen diferentes rangos, y las empresas no son la excepción. De esta manera, se encuentran las empresas multinacionales, grandes, medianas, pequeñas y microempresas. Su clasificación varía de acuerdo al número de empleados de la organización. Por ejemplo, las pymes, están constituidas de empresas pequeñas y medianas. Las primeras cuentan con once y hasta cincuenta empleados, mientras que las segundas van desde cincuenta y uno hasta cien empleados.

Quiero mencionar, que las pymes en México fueron creadas para los emprendedores que tienen una idea de negocio en los años treinta y cuarenta (Véase el Anexo I). La utilización de este tipo de empresas es muy importante para crear fuentes de trabajo y, como ya lo dije anteriormente, para la economía de un país.

Industria textil en México

Considero que la importancia de la industria del vestido en México radica en su contribución al empleo y a la economía de muchas zonas del país. La firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) durante el gobierno de Carlos Salinas, representó un incremento en las importaciones, pero también en las exportaciones. La industria textil fue una de las más beneficiadas, ya que las exportaciones de prendas de vestir al mercado estadounidense lograron que nuestro país se posicionara como el primer proveedor de EUA durante 1997–2000. Sin embargo, a partir del año 2001, la industria textil presentó un descenso en la producción y exportaciones. Pienso que éste es un aspecto importante de mencionar, ya que uno de los principales factores que ocasionó dicho suceso fue la participación de China, la cual tiene la capacidad de producir prendas de vestir a un precio muy bajo.⁸

Hoy por hoy, la industria textil mexicana compite en el ámbito internacional, donde lamentablemente algunas marcas extranjeras ofrecen además de bajos costos de producción y mano de obra, excelente calidad en sus prendas. Es necesario, que las empresas textiles mexicanas mejoren en estos aspectos para competir internacionalmente, si es que quieren sobrevivir a un mundo globalizado.

⁸ Véase: Publicación del Centro de Estudios de Competitividad del ITAM, *La industria del vestido en México; diagnóstico, prospectiva y estrategia*, en: www.cec.itam.mx/docs/Vestido_Mexico.pdf Consultado el 12 de diciembre de 2014

Considero importante mencionar los avances tecnológicos que ha tenido la industria textil mexicana reflejados en el desarrollo de nuevas aplicaciones e innovaciones en las fibras textiles, por ejemplo: la Tecnología Gerber,⁹ dicho tipo de tecnología, permite llevar a cabo los procesos digital y automáticamente, mostrando beneficios en eficiencia y calidad de la producción.

Desde mi punto de vista, las empresas textiles mexicanas deben enfocarse en la calidad del producto, el desarrollo de estrategias para los clientes y el diseño de prendas de vestir innovadoras, con el objetivo principal de generar ventajas competitivas. Es importante también, poner especial atención en las debilidades que presenta dicho rubro en el país; las principales son la crítica situación económica y los altos costos de producción.

Historia de Anne Fouetté

Con el objetivo de compaginar en un solo espacio mis dos pasiones y carreras profesionales correspondientes a la Licenciatura en Diseño e Industria de la Moda y el Ballet Clásico, en esta última disciplina tanto como bailarina profesional y maestra, surgió en el año 2011 la idea de crear la marca de vestuario teatral en alta costura *Anne Fouetté*. Aunado a ello, la Maestría en Gestión Empresarial viene a aterrizar y concretar esta idea, realizándose como una empresa constituida, brindándome las herramientas necesarias para su creación.

Otro aspecto en el origen de dicha marca, fue mi inquietud de distribuir prendas elaboradas en México, debido a que la calidad de los productos competía de manera directa con los importados del extranjero. Pocas son las empresas que existen actualmente que se dedican a realizar vestuario teatral en alta costura para bailarinas de ballet clásico; son alrededor de dos empresas: : Dancefield y Miguelito, las que maquilan sus propias prendas en la República Mexicana. Además, toda su ropa carece de diseños innovadores, los cuales se han mantenido por generaciones sin presentar ningún cambio, lo que los hace aburridos y que la gente prefiera adquirir marcas extranjeras.

⁹ La Tecnología Gerber es un sistema de diseño aplicado a la computadora con una pizarra electrónica, a través de la cual es posible elaborar patrones de manera inteligente para la industria de la confección y la moda.

Me encuentro realmente comprometida con México para romper los paradigmas que se tienen sobre los productos mexicanos, ofreciendo la más alta calidad y diseño en vestuario teatral con mi marca *Anna Fouetté*. Actualmente, realizo el presente proyecto para la creación de la empresa formalmente, donde aplicaré los conocimientos adquiridos en la Maestría en Gestión Empresarial, para la culminación de dicho plan de negocio.

Factores de éxito para las empresas textiles en tiempos de globalización

No quiero dejar fuera un tema tan importante como son los factores de éxito para las empresas en tiempos de globalización, según mi criterio. Uno de ellos, es escuchar a los clientes. Recomiendo averiguar sus gustos, deseos e ideas para generar un producto que satisfaga sus necesidades. Considero una ventaja competitiva elaborar productos personalizados, con los cuales el cliente se sienta único, cómodo, seguro y que la prenda sea una extensión de él mismo, con su personalidad reflejada. También es importante contratar a gente profesional de cada área de la empresa, para mejorar los procesos. Además, mantener al personal capacitándose constantemente en cursos de actualización y tener relación con otros empresarios exitosos, para que el personal tenga la oportunidad de escuchar las experiencias de otros emprendedores del mismo rubro.

De igual modo, tenemos que contar con una suscripción en revistas o portales de internet especializados. Esto lo menciono, porque de esta manera conoceremos los avances tecnológicos y nuevas tendencias de la industria textil. Un aspecto importante dentro del rubro, es el constante movimiento de tendencias globales. Me detendré un poco en este punto; generalmente los negocios de moda suelen crear dos colecciones anuales orientadas a las estaciones del año: la colección Otoño–Invierno y la colección Primavera–Verano. Lo anterior, con el objetivo de adecuar las prendas exactas a cada época del año; por ejemplo: los clientes no van a comprar muchos trajes de baño si nos encontramos en una época de temperatura baja, por lo que es de gran importancia tomar en cuenta dichos aspectos.

Poco a poco, he observado que las empresas exitosas cuentan con un portal de comercio electrónico.¹⁰ Desde mi punto de vista, dicho tipo de comercio ha dejado de ser una oportunidad para convertirse en un requisito que mejora la competitividad de las

¹⁰ El comercio electrónico consiste en comprar o vender un producto o servicio por los medios electrónicos.

empresas. Pienso que va a llegar un punto en que las personas van a ver al comercio electrónico como algo cotidiano.

Por último, quiero mencionar que la innovación, es un concepto que no debemos dejar fuera en la constitución de nuestra empresa. Menciono esto, porque indudablemente será un aspecto que nos diferenciará de los demás. Cabe comentar, que no necesariamente se tiene que invertir grandes cantidades de dinero para innovar, las ideas pueden convertirse en potenciales ganancias a través de nuevos o mejores productos. En la Industria textil, podemos innovar en la maquinaria tecnológica empleada durante los procesos, en los cortes, colores y materiales para la elaboración de cada prenda.

CONCLUSIONES

Para crear y desarrollar una nueva empresa competitiva en el rubro textil, no necesariamente debo contar con grandes cantidades de dinero, ya que, podemos utilizar elementos sencillos pero contar con grandes ideas que representen una ventaja sobre la competencia. Actualmente, el gobierno brinda diferentes apoyos para financiar planes de empresas nuevas o también existe la opción de introducir nuestra marca por medio del comercio electrónico, el cual tiene bajos costos.

Comprobé que la globalización es un fenómeno que ha afectado seriamente a muchas empresas, sin importar el tamaño. A través del presente ensayo, logré proporcionar los recursos necesarios e importantes para lograr ser competitivos y de esta manera, la tendencia global no nos afecte. Sin lugar a dudas, la elaboración del plan de una empresa será un gran apoyo para el desarrollo de la misma, porque reduciremos las posibilidades de pérdidas económicas conociendo la factibilidad de la empresa previamente.

Para terminar, quiero señalar que para la creación de mi empresa *Anne Fouetté* ha sido contundente el posgrado que estoy por culminar, porque de lo contrario no tendría las herramientas suficientes para establecer una empresa, ya que, ella requiere de muchos aspectos a considerar, los cuales he venido estudiando.

FUENTES

Bibliografía:

Mercedes, Cardenal y Salcedo, Elena, *Cómo crear y administrar una empresa de moda*, Bogotá, Grupo Editorial Norma, 2005 , pp. 272

Galindo, Carlos Julio, *Manual para la creación de empresas: guía de planes de negocio*, Bogotá, Ediciones Ecoe, 2004, pp.204

Saltzman, Andrea, *El cuerpo diseñado*, Buenos Aires, Editorial Paidós, 2003, pp.178

Administración Federal de Ingresos Públicos, *Boletín impositivo, números 98-99; número 101*, Buenos Aires, 2005, pp. 2199

Sitios web:

Ortiz, Juliano, *¿De qué te desprendes para emprender? Parte II*, en: <http://www.thewalkingnews.com/2014/07/de-que-te-desprendes-para-emprender-parte-ii/#>
Consultado el 4 de diciembre de 2014

Castillo, Rogelio, *Empresarialidad de PyMes en México: marco histórico hacia su nuevo escenario*, en: www.colpamex.org/Revista/Art11/55.htm Consultado el 11 de diciembre de 2014

Publicación del Centro de Estudios de Competitividad del ITAM, *La industria del vestido en México; diagnóstico, prospectiva y estrategia*, en: www.cec.itam.mx/docs/Vestido_Mexico.pdf Consultado el 12 de diciembre de 2014

ANEXO I

Marco histórico

Empresas pymes en México

A continuación, los llevaré en la historia destacando los acontecimientos más importantes que dieron pie e impulso al desarrollo de las empresas que tenemos actualmente. Las empresas pymes en México iniciaron en los años treinta y cuarenta, cuando la industrialización fue impulsada en México por presidentes como Manuel Ávila Camacho y Miguel Alemán Valdés. A partir de este período se originaron distintos sectores, la industria de alimentos, cemento, textil, por mencionar algunos. Desde los años cincuenta y hasta mediados de los ochenta, las pymes se desarrollaron en un espacio proteccionista caracterizado por empresarios que no estaban suficientemente preparados, sin embargo eran muy perseverantes.

A partir de 1982, en el periodo de gobierno del presidente Miguel de la Madrid Hurtado, el entorno macroeconómico en que operaban las pymes en México cambió radicalmente, ya que el gobierno mexicano acordó someter la economía mexicana a un modelo neoliberal. Durante esta fase, se dio una devaluación del peso frente al dólar (de 140 a 2330 pesos por dólar).¹¹ Debido a esta situación por la que atravesaba el país, disminuyeron las materias primas e insumos importados, y esto trajo como consecuencia, que las únicas empresas beneficiadas fueran las grandes, de los campos: automotriz y maquiladoras.

En consecuencia, se aumentaron impuestos y se recortó personal de las empresas para disminuir costos. Inevitablemente, las pymes se vieron afectadas en distintos aspectos. Uno de ellos fue que el gobierno redujo la inversión y el mantenimiento de infraestructura. Lo anterior dio origen a la hiperinflación. Es importante mencionar, que en el año 1986, se firmó al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT, hoy conocido como Organización Mundial de Comercio, OMC), esto ocasionó que algunos sectores fueran excluidos e incluso no sobrevivieran, como la industria textil. El entorno de este período se caracterizó por un profundo estancamiento.

Hemos llegado a un momento crucial en el desarrollo de las pymes, que fue el

¹¹ Véase: Castillo, Rogelio, *Empresarialidad de PyMes en México: marco histórico hacia su nuevo escenario*, en: www.colpamex.org/Revista/Art11/55.htm Consultado el 11 de diciembre de 2014

período de gobierno de Carlos Salinas de Gortari, en el año 1988. Menciono esto, porque la globalización de la que tanto he hablado en el desarrollo del presente ensayo, inició con la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). Este hecho provocó que la inversión extranjera ascendiera, lo cual representó un beneficio para el país, mientras que las pymes se vieron altamente afectadas. Esto ocurrió por el aumento de insumos importados dado su bajo precio. Tras dicha situación de devaluación, muchas empresas no pudieron pagar sus compromisos adquiridos en dólares, puesto que se habían elevado aproximadamente un 200% en pocos meses. En este sentido, varias empresas cerraron, lo cual ocasionó un proceso de desindustrialización.

Cabe mencionar que en la fase de gobierno del presidente Ernesto Zedillo, se enfrentó la peor crisis financiera en la historia del país, dando lugar a una política de recesión sin precedentes. Durante este periodo, las pymes presentaron alto endeudamiento y las únicas que sobrevivieron ante tal hecho, fueron las que tenían la capacidad de exportar. En el siguiente periodo de gobierno, correspondiente al presidente Vicente Fox (2000), se dio impulso al desarrollo industrial, en especial a las microempresas, sin embargo, no se logró lo esperado.

En el año 2007, se siguió impulsando una política para el apoyo de las pymes por parte del presidente Felipe Calderón, contemplada dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2007–2012.¹² Actualmente, durante el gobierno del presidente Enrique Peña Nieto, el escenario de los emprendedores enfrentó distintos cambios con el objetivo de apoyar el nacimiento y desarrollo de las pymes en México. Por ejemplo, se creó el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), básicamente, brinda tasas más accesibles para el crédito bancario y un régimen fiscal que ofrece descuentos sobre impuestos durante los primeros años de vida de la empresa, entre otros beneficios que promete a las empresas nuevas.

Un aspecto que es importante mencionar, es que así como vemos un claro impulso a los emprendedores, también se les han establecido otros factores necesarios que cumplir, como es la obligación de adoptar factura electrónica. Desde mi punto de vista, observo que poco a poco, sobre todo en la última década, los emprendedores mexicanos se han dado cuenta de los beneficios que ofrece el gobierno federal para crear nuevas empresas. Por lo

¹² Véase: Castillo, Rogelio, *Empresarialidad de PyMes en México: marco histórico hacia su nuevo escenario*, en: www.colpamex.org/Revista/Art11/55.htm Consultado el 11 de diciembre de 2014

que, cada vez son más las personas que se atreven a crear su propia empresa. Actualmente hay carreras profesionales para formar a los emprendedores, también apoyos de distintas instituciones del país, aunado a ello, la tendencia actual de los jóvenes por buscar independencia laboral, lo cual les permite ser más creativos y libres en sus vidas. No cabe duda, que es el momento de emprender en México.

ANEXO II

PLAN DE LA EMPRESA: ANNE FOUETTÉ EN MORELIA.



“Moda en danza”

Descripción de la empresa

Giro y categoría: Industria textil, vestuario teatral en Alta Costura.

Anne Fouetté ofrece al público la elaboración de vestuarios teatrales de ballet clásico en Alta Costura. La gama de productos se extiende desde ropa para danza clásica hasta gran variedad de calzado. Entre las prendas de danza que se producen encontramos: leotardos, faldas, toda clase de tutús y accesorios.

La elección de dónde comprar ropa y zapatos para danza, para aquellos que son nuevos en esto, puede ser muy difícil, elegir la marca Anne Fouetté es una buena forma de asegurar que los artículos que se adquirirán serán de la mejor calidad y diseño.

Cuento con una comprensión total de las necesidades físicas, emocionales y psicológicas de los bailarines, que se ven reflejados en sus prendas de vestir. Es posible que el cliente porte un diseño elegante, elaborado con los materiales más finos en el mercado y que además le haga sentir cómodo a la hora de sus ensayos o presentaciones.

En Anne Fouetté se puede hacer todo esto posible gracias a los 21 años que tengo de estar involucrada en esta bella arte. Y para terminar de lucir espectacular se realizan diseños personalizados, examinando el tipo de cuerpo de cada persona y así la hago lucir con un diseño que favorezca su figura; la persona se sentirá segura demostrándolo a la hora de bailar. Lo mejor de los diseños Anne Fouetté es que son hechos en México.

Cabe mencionar, que la empresa Anne Fouetté ofrece por encima de todo la máxima calidad en cada uno de los productos y servicios, además de una óptima atención al cliente, puesto que tengo en cuenta las necesidades concretas de cada uno. Atiendo a mis clientes de una forma personalizada, enfocándome en dar respuesta a cada una de sus dudas.

Misión:

Ser un equipo de personas competitivas a nivel mundial, comprometidas en promover la cultura de la danza en todo el mundo, particularmente en su lugar de origen: México, creando los diseños más innovadores para que las personas se puedan realizar plenamente desarrollando esta bella arte y sobretodo brindándoles comodidad.

Visión:

Trabajar en la innovación de la industria del vestido para danza en México, para que nuestros productos sean reconocidos globalmente.

Objetivos principales de la empresa Anne Fouetté:

- ❖ Ofrecer a la población una variedad de productos de excelente calidad con bajos precios durante un año y de esa manera obtener mayor aceptación de nuestro mercado.
- ❖ Mantener a nuestro personal capacitado en todas las áreas de nuestra organización.
- ❖ Ampliar nuestra línea de productos para las exportaciones a fin de aumentar la participación de mercado nacional e internacional.
- ❖ Posicionar y generar "Branding" de la marca primero a nivel nacional y posteriormente a nivel internacional.

Innovación conceptual

- La marca Anne Fouetté trae innovaciones, calidad y diseño en el vestuario para danza clásica.
- Todas las prendas son exclusivas.
- Amplia gama de colores en las prendas y telas importadas.
- Los materiales tienen los más altos estándares de calidad.
- Jugamos con los cortes en las prendas, creando piezas únicas.
- Contamos con escaparates e instalaciones atractivas que muestran los productos y servicios e incitan a los consumidores a comprar y a adquirir nuestros servicios. Ya se está trabajando, para lanzar el negocio electrónicamente, con las herramientas necesarias que harán más fácil la compra por internet; además de un diseño de página web único.

Antecedentes

Información histórica de la marca:

Por la inquietud de distribuir prendas de manufactura nacional, y debido a que la calidad de los productos competía de manera directa con los importados del extranjero, nace en el 2011 la empresa innovadora Anne Fouetté. Pocas son las empresas que existen actualmente que se dedican a realizar este tipo de productos aplicados al ballet clásico; son alrededor de 2 empresas: Dancefield y Miguelito, las que maquilan sus propias prendas en la República Mexicana, es de gran importancia mencionar que toda su ropa carece de diseños innovadores, los cuales se han mantenido por generaciones sin presentar ningún cambio, lo que los hace aburridos y que la gente prefiera adquirir marcas extranjeras.

Definición de conceptos

Anne Fouetté: Marca Registrada desde el 9 de septiembre de 2011 ante el Instituto de Propiedad Intelectual (IMPI).

Anne: Variación del nombre Ana en el idioma inglés.

Fouetté: Es un movimiento del ballet clásico, el cual consiste en el giro más sobresaliente y con el nivel más alto de dificultad en cualquier técnica de dicha arte.

Productos

Lista de productos:

- ✓ Leotardos (básicos y para presentaciones).
- ✓ Unitardos.
- ✓ Corsetts(para vestuario de presentaciones).
- ✓ Tutús.
- ✓ Faldas.
- ✓ Suéteres.
- ✓ Camisetas.
- ✓ Pants.

Lista de subproductos:

- ✓ Zapatillas de punta.
- ✓ Zapatillas suaves.
- ✓ Zapatos de tap.
- ✓ Zapatillas de jazz.
- ✓ Accesorios para el cabello.

Características, beneficios y debilidades de los productos

Características:

- Originales.
- Exclusivos.
- Personalizados.
- A la medida del cliente.
- Con las últimas tendencias de la moda internacional.
- Con concepto.
- Material de la más alta calidad.

Beneficios:

- Conocemos los gustos de los bailarines.

- Los productos ofrecen comodidad a los bailarines, en las prendas que usan en sus entrenamientos y presentaciones.
- Sabemos las necesidades de los bailarines
- Proporcionamos innovaciones en el vestuario para danza clásica.
- Contamos con una comprensión sorprendente de las necesidades físicas, emocionales y psicológicas de los bailarines, que se ven reflejados en sus prendas de vestir.
- Amplia gama de colores.

Debilidades:

- Es una marca y negocio nuevo, nadie la conoce.
- Los precios son elevados, al ser diseños personalizados y de Alta Costura.

Plan de Marketing

Estudio de mercado

El estudio de mercado es el aspecto más importante y necesario para poner en marcha un plan de empresa . Dicho concepto abarca la investigación de algunas variables sociales y económicas, de las cuales depende el proyecto, aunque sean indirectas a éste. Entre los factores se encuentran la relación existente entre la oferta y la demanda de los bienes o servicios que se quieren producir, en función del tiempo o lugar.

Los estudios de mercado permiten probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción, de bienes o servicios, en un cierto periodo. Actualmente dichos estudios se hacen necesarios, ya que anticipan una serie de problemas que pueden ser evitados.

Por lo mencionado anteriormente, el estudio de mercado de un plan de empresa debe presentar cuatro bloques de análisis: demanda, oferta, precio y comercialización. Éstos nos servirán para conocer la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que pensamos vender en un espacio definido, durante un tiempo y el precio que están dispuestos a pagar para obtenerlo. Además, dichos estudios nos indicarán si el

producto cumple con los deseos de los clientes, quiénes específicamente son los interesados en comprar nuestros bienes y por último, el precio más apropiado para los mismos, tomando en cuenta a la competencia.

Tamaño del mercado, desarrollo y tendencias

Las principales tendencias internacionales identificadas para la industria textil están centradas en el desarrollo de nuevas fibras y materiales, así como en el desarrollo de nuevas aplicaciones y segmentos de productos textiles, entre los que destacan los textiles técnicos, los textiles industriales y los textiles electrónicos interactivos. Otra tendencia internacional importante corresponde a la continua pérdida de empleos, la migración de las capacidades textiles a países en desarrollo más competitivos, así como los efectos que se generan como resultado de la liberalización de productos textiles. En materia tecnológica continúan los esfuerzos por automatizar todos los procesos productivos, reduciendo con ello el contenido de la mano de obra e incrementando la velocidad de la producción al usar intensivamente las tecnologías más avanzadas. La adopción de las tecnologías más recientes como los sistemas CAD/CAM/CIM pueden asegurar que la industria textil sea capaz de abastecer los complejos requerimientos de productos textiles de clientes de todo el mundo. Además, las TI juegan un papel sustantivo en la eficiencia de la producción, en la administración de la cadena de valor y pueden contribuir a enfrentar los cambios de la industria, sobre todo para el gran número de pequeñas y medianas empresas del sector textil. Las empresas textiles altamente competitivas se caracterizan por poseer tecnologías avanzadas y personal altamente calificado, por lo cual es necesario e indispensable que las empresas se apoyen estratégicamente con estructuras apropiadas y con el uso extensivo de más avanzadas tecnologías de producción, de información y de comunicación.

Objetivos de ventas

Los objetivos de ventas consisten en incrementar las ventas vendiendo más a los clientes consiguiendo nuevos clientes, accediendo a nuevos mercados o lanzando productos nuevos. La estrategia de crecimiento de la empresa Anne Fouetté será el lanzamiento de nuevos productos, los cuales serán añadidos al catálogo. La política de crecimiento está basada en el lanzamiento continuo de nuevos productos al mercado, por lo que se renovará el catálogo de productos de acuerdo a las temporadas establecidas en la Industria de la Moda: Primavera-Verano, Otoño-Invierno y ediciones especiales.

Situación en el mercado

Oferta y demanda

Hoy día, poco a poco ha ido creciendo el interés por las artes(danza) gracias al gobierno federal, que está brindando becas en apoyo a los artistas con proyectos interesantes en las artes. Lo anterior, ha ocasionado que más gente dedique su vida a esta bella arte, por lo que en los últimos años se han abierto más escuelas que promueven la cultura de la danza en México. Lo mencionado es refiriéndome a nuestro país; en otras partes del mundo existe un apoyo más grande en las artes, por lo que hay un gran número de artistas (pintores, bailarines, músicos, etc.). Por lo que yo pienso que una vez que los productos estén en el mercado será más alta la demanda que la oferta, tendremos que elaborar más de nuestros productos para satisfacer las necesidades de la sociedad, no solo en México, sino en todo el mundo. Los clientes preferirán nuestros productos porque son de la mejor calidad, innovadores y con un precio muy accesible.

Clientes

Consumidor potencial

El consumidor potencial se refiere a las personas que podrían adquirir mi producto; considero que estas personas serían las siguientes:

- Instituciones (kinders, primarias, secundarias, preparatorias) que necesiten vestuarios para sus festivales, podrían requerirlos en nuestra empresa.
- Como parte de disfraces en eventos sociales.
- Hoy por hoy, el uso del Internet se ha popularizado y a su vez se ha difundido de una manera impresionante a nivel mundial haciéndola una herramienta indispensable. Por lo que contaremos también con la página web de la empresa, donde el público en general tendrá la oportunidad de adquirir los productos desde cualquier parte del mundo.
- Algunos hombres también comprarán nuestros productos para darles un regalo a sus novias, hermanas, amigas o familiares.

Perfil del cliente

Perfil demográfico

- Edad: va dirigida esta marca a mujeres desde los 12 hasta los 26 años principalmente.
- Sexo: femenino.
- Estado civil: solteras y casadas.
- Nivel socioeconómico: medio-alto.

Perfil psicográfico

- Religión: predominante católica, cristiana.
- Estilo de vida: Mujeres innovadoras que gustan del color, la moda, muy seguras de sí mismas y de lo que quieren obtener en la vida. Este grupo de personas son independientes y tienen pasión por la danza. Pertenecen a alguna academia o alguna compañía de danza. Les gusta verse bien y sentirse cómodas a la hora de bailar. No temen “crear” su propia imagen de acuerdo con sus gustos y tendencias de la moda. Muy versátiles e inteligentes.
- Clase Social: media, media alta y alta.
- Consumo de medios: Consumen revistas de entretenimiento y moda, Internet y todo lo que pueda resultar útil a la hora de mantenerlas al día con lo que pasa a su alrededor.
- Valores: inteligentes, respetuosas, cordiales.

Perfil geográfico

- Unidad Geográfica: mercado local (ciudad de Morelia, Michoacán, México). Dentro de la planeación de la marca Anne Fouetté a mediano plazo se encuentra la apertura de su negocio electrónico, en el cual se pretende que los productos crucen fronteras, haciéndolos accesibles a cualquier parte del mundo.
- Condiciones Geográficas: clima cálido y lluvias temporales.
- Raza: blanca, negra y mestiza.
- Población: urbana.

La competencia

Pocas son las empresas que existen actualmente que se dedican a comercializar vestuarios de ballet clásico; es de gran importancia mencionar que toda su ropa carece de diseños innovadores, los cuales se han mantenido por generaciones sin presentar ningún cambio, lo que los hace aburridos y que la gente prefiera adquirir marcas extranjeras. Anne Fouetté compite con las siguientes empresas: Miguelito, Dancefield y los negocios Artist city, Petite, La luciérnaga, Todo en danza, Petipa y Blanquita(costurera).

De las empresas mencionadas anteriormente, solo son dos: Dancefield y Miguelito, las que se dedican a la elaboración de vestuario teatral. Son grandes, pero éstas se encuentran en el interior de la República, y tienen distribuidores a nivel de nuestro estado.

Tengo la ventaja competitiva de diseñar vestuarios teatrales innovadores, en alta costura personalizados y ellos tienen solamente los productos establecidos en su catálogo y no son renovados constantemente, ya están tan conocidos que la gente de Morelia y algunas academias que conocen mi trabajo del D.F. me prefieren a mí, por ser la única en elaborar vestuarios en alta costura que van de acuerdo a su personalidad.

FACTOR DE IMPULSO	POSICIÓN DE LA EMPRESA ANNE FOUETTÉ	POSICIÓN DEL MÁS FUERTE COMPETIDOR: DANCEFIELD
Cumplimiento de plazos	Cumplimiento en tiempo y forma deseada.	Cumplimiento en tiempo y forma.
Calidad del producto	Excelente calidad(material importado)	Material mexicano, no de mucha duración.
Confianza	Se muestran los clientes con plena confianza hacia nuestros productos y fidelidad, porque ya se ha trabajado anteriormente en la elaboración de productos para ballet clásico.	No mucha confianza, ya que la gente está dispuesta a probar otras marcas y medios seguros de pago.
Precios competitivos	Precios más bajos que la competencia.	Precios elevados(DanceField).
Proceso de compra online	Fácil acceso y adquisición de los productos.	Fácil acceso y adquisición de los productos.

Comparación con la competencia: Dancefield

PREGUNTAS	PRODUCTO COMPETIDOR	NUESTRO PRODUCTO
PRODUCTOS SIMILARES	EMPRESA: DANCEFIELD	MICROEMPRESA: ANNE FOUETTÉ
¿QUE OFRECEN A LA CLIENTELA?	<ul style="list-style-type: none"> ❖ DanceField es una empresa sólida mexicana en continuo desarrollo para ofrecer a sus clientes una amplia variedad de productos para danza, de calidad y con gran aceptación debido al valor que riga sus creaciones: la comodidad para el usuario final. ❖ DanceField con sede en la ciudad de Guadalajara, Jalisco, inicia sus operaciones en el año 1989, teniendo como giro principal la importación de artículos para Danza. ❖ Actualmente DanceField cuenta con una línea de productos que incluyen ropa, calzado y accesorios para dama, caballero y niña, tanto para Ballet Clásico, Danza Contemporánea, Baile Flamenco y Jazz. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ En Anne Fouetté Haute Couture ofrecemos garantía en todos nuestros productos, elaborando vestuarios teatrales en Alta Costura para Bailarinas de Ballet clásico. Hacemos posible que el cliente porte un diseño elegante, elaborado con los materiales más finos en el mercado y que además le haga sentir cómodo a la hora de sus ensayos o presentaciones. ❖ Y para terminar de lucir espectacular hacemos diseños personalizados, examinando el tipo de cuerpo de cada persona y así la hacemos lucir con un diseño que favorezca su figura; la persona se sentirá segura demostrándolo a la hora de bailar. ❖ Diseños elaborados con materiales de la más alta calidad, son diseños innovadores y exactamente a tu medida. ❖ Lo mejor de nuestros diseños es que son hechos en México
¿DONDE SE VENDEN?	Sucursal en Batallón de Matamoros No. 252-12, col. Chapultepec Sur, tel. 4431418590	Negocio propio, calle Morelos Sur #411 Colonia Centro (C.P.58000). Local A-1; con el teléfono 3-12-95-36.

¿A QUÉ PRECIO?	El precio de los productos es variable oscila entre los trescientos pesos y los dos mil pesos, aproximadamente.	El precio de los vestuarios teatrales de Alta Costura oscila entre los setecientos pesos y los dos mil pesos, aproximadamente.
¿QUIÉN LOS COMPRA?	Mujeres 90% Hombres 10% Ingresos: 50% de personas cuyo ingreso se ubica entre los \$7,000.00 y mayor	Mujeres 100% Ingresos: 80% de personas cuyo ingreso se ubica entre los \$8,000.00 y mayor.
¿QUIÉN LOS CONSUME?	Mujeres y pocos hombres desde los 12 hasta los 26 años, principalmente.	Mujeres desde los 12 hasta los 26 años principalmente. Pertenecen a alguna academia o alguna compañía de danza. Los clientes de estos productos pertenecen a un nivel social medio y alto.
¿QUÉ OPINA LA CLIENTELA DELA PRESENTACIÓN? ...EL CONTENIDO? ...LA CALIDAD?	Buena. Satisfactorio. Buena.	Excelente presentación. Satisfactorio. Demasiado buena.
¿CÓMO LO DISTRIBUYEN O COMERCIALIZAN?	Catálogo impreso en sucursal.	Canal directo, con atención personalizada, diseños exclusivos y únicos.
MATERIALES QUE EMPLEAN PARA SUS PRODUCTOS	Tul, lycra de algodón, spandex y organza.	Lycra de algodón, spandex, shantung, lino, tul, organza, raso de novia .

Comparación con la competencia: Miguelito

PREGUNTAS	PRODUCTO COMPETIDOR	NUESTRO PRODUCTO
PRODUCTOS SIMILARES	EMPRESA: MIGUELITO	MICROEMPRESA: ANNE FOUETTÉ
¿QUÉ OFRECEN A LA CLIENTELA?	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Miguelito, empresa cien por ciento mexicana, está formado por un equipo artesanal, dedicado y comprometido en fabricar calzado y ropa para danza de gran calidad, estética y actualmente con propuestas innovadoras. ❖ La producción se genera desde una planta, en la que se cuidan los detalles y la calidad en cada una de las etapas del proceso de fabricación. ❖ La dedicación, habilidad y atención son valores que el equipo humano y sensible que conforma esta compañía perfecciona constantemente. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ En Anne Fouetté Haute Couture ofrecemos garantía en todos nuestros productos, elaborando vestuarios teatrales en Alta Costura para Bailarinas de Ballet clásico. Hacemos posible que el cliente porte un diseño elegante, elaborado con los materiales más finos en el mercado y que además le haga sentir cómodo a la hora de sus ensayos o presentaciones. ❖ Y para terminar de lucir espectacular hacemos diseños personalizados, examinando el tipo de cuerpo de cada persona y así la hacemos lucir con un diseño que favorezca su figura; la persona se sentirá segura demostrándolo a la hora de bailar. ❖ Diseños elaborados con materiales de la más alta calidad, son diseños innovadores y exactamente a tu medida. ❖ Lo mejor de nuestros diseños es que son hechos en México
¿DÓNDE SE VENDEN?	1 Sucursal en Morelia. Virrey de Mendoza No. 282. Col. Centro C.P 58000	Negocio propio, calle Morelos Sur #411 Colonia Centro (C.P.58000). Local A-1; con el teléfono 3-12-95-

		36.
¿A QUÉ PRECIO?	El precio de los productos es variable oscila entre los doscientos pesos y los mil pesos, aproximadamente.	El precio de los vestuarios teatrales de Alta Costura oscila entre los setecientos pesos y los dos mil pesos, aproximadamente.
¿QUIÉN LOS COMPRA?	Mujeres 90% Hombres 10% Ingresos: 50% de personas cuyo ingreso se ubica entre los \$6,000.00 y mayor	Mujeres 100% Ingresos: 80% de personas cuyo ingreso se ubica entre los \$8,000.00 y mayor.
¿QUIÉN LOS CONSUME?	Mujeres y pocos hombres desde los 5 hasta los 26 años.	Mujeres desde los 12 hasta los 26 años principalmente. Pertenecen a alguna academia o alguna compañía de danza. Los clientes de estos productos pertenecen a un nivel social medio y alto.
¿QUÉ OPINA LA CLIENTELA DELA PRESENTACIÓN? ...EL CONTENIDO? ...LA CALIDAD?	Poco atractiva. Poco satisfactorio. Mala.	Excelente presentación. Satisfactorio. Demasiado buena.
¿CÓMO LO DISTRIBUYEN O COMERCIALIZAN?	Distribuidor y catálogo impreso en la sucursal.	Canal directo, con atención personalizada, diseños exclusivos y únicos.
MATERIALES QUE EMPLEAN PARA SUS PRODUCTOS	Lykra de algodón, tul y spandex.	Lykra de algodón, spandex, shantung, lino, tul, organza, raso de novia.

Comparación con la competencia: Luciérnaga

PRODUCTOS SIMILARES	EMPRESA: LUCIERNAGA.	MICROEMPRESA: ANNE FOUETTÉ
¿QUE OFRECEN A LA CLIENTELA?	<ul style="list-style-type: none"> ❖ La Luciérnaga es una empresa que a lo largo de muchos años, hemos encontrado un espacio para ayudar a crear momentos inolvidables en la vida de cada persona. Sabemos que son pequeñas fracciones de tiempo que duran para toda la vida y es por eso que nos esforzamos en crear nuestro disfraces y accesorios con la mayor calidad posible mezclada con un precio totalmente accesible para cualquier persona. ❖ Vestuarios para Festivales, musicales, obras de teatro, escuelas de danza, etc. tenemos precios especiales según la cantidad de disfraces o artículos que necesiten. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ En Anne Fouetté Haute Couture ofrecemos garantía en todos nuestros productos, elaborando vestuarios teatrales en Alta Costura para Bailarinas de Ballet clásico. Hacemos posible que el cliente porte un diseño elegante, elaborado con los materiales más finos en el mercado y que además le haga sentir cómodo a la hora de sus ensayos o presentaciones. ❖ Y para terminar de lucir espectacular hacemos diseños personalizados, examinando el tipo de cuerpo de cada persona y así la hacemos lucir con un diseño que favorezca su figura; la persona se sentirá segura demostrándolo a la hora de bailar. ❖ Diseños elaborados con materiales de la más alta calidad, son diseños innovadores y exactamente a tu medida. ❖ Lo mejor de nuestros diseños es que son hechos en México
¿DONDE SE VENDEN?	1 Sucursal en Morelia. Blvd. Arriaga Rivera 933 Col. Nueva Chapultepec Tel. (443) 324-1906	Negocio propio, calle Morelos Sur #411 Colonia Centro (C.P.58000). Local A-1; con el teléfono 3-12-95-36.
¿A QUE PRECIO?	El precio de los productos es variable oscila entre cincuenta y	El precio de los vestuarios teatrales de Alta Costura oscila entre los
	los 800 pesos, aproximadamente.	setecientos pesos y los dos mil pesos, aproximadamente.
¿QUIEN LOS COMPRA?	Mujeres 50% Hombres 50% Ingresos: 50% de personas cuyo ingreso se ubica entre los \$5,000.00 y mayor	Mujeres 100% Ingresos: 80% de personas cuyo ingreso se ubica entre los \$8,000.00 y mayor.
¿QUIEN LOS CONSUME?	Mujeres y pocos hombres desde los 3 hasta los 3 años.	Mujeres desde los 12 hasta los 28 años principalmente. Pertenecen a alguna academia o alguna compañía de danza. Los clientes de estos productos pertenecen a un nivel social medio y alto.
¿QUE OPINA LA CLIENTELA DELA PRESENTACIÓN? ...EL CONTENIDO? ...LA CALIDAD?	Poco atractiva. Poco satisfactorio. Mala.	Excelente presentación. Satisfactorio. Demasiado buena.
¿COMO LO DISTRIBUYEN O COMERCIALIZAN?	Distribuidor en sucursal	Canal directo, con atención personalizada, diseños exclusivos y únicos.
MATERIALES QUE EMPLEAN PARA SUS PRODUCTOS	Tul, popelina, lycra de algodón y manta.	Lycra de algodón, spandex, shantung, lino, tul, organza, raso de novia .

Análisis DAFO

Debilidades

- Una marca y tienda nueva, nadie la conoce.
- Los tiempos de entrega.
- Los fraudes.
- Problemas con las tarjetas de crédito.
- Problemas con las ubicaciones geográficas.
- Las percepciones de los clientes sobre la fiabilidad.
- Las garantías o la imposibilidad de ver el producto o tocarlo.

Amenazas

- Altos riesgos y cambios en el entorno.
- A pesar de que no hay mucha competencia en el rubro, hay empresas que llevan años dedicándose al rubro, es decir, ya tienen tiempo en el mercado.

Fortalezas

- He estudiado el ballet clásico y diferentes tipos de danza durante 21 años, por lo que conozco los gustos y la comodidad de los bailarines en las prendas que usan en sus entrenamientos y presentaciones. La danza clásica exige un entrenamiento cotidiano intensivo y un régimen de vida muy severo. La carrera es breve y el éxito difícil. Sé perfectamente cuales son las necesidades de los bailarines. Si puedo contribuir en este arte de alguna manera, haciéndoles la vida más fácil, entonces he logrado mi objetivo. La marca *Anne Fouetté* trae innovaciones en el vestuario para danza clásica.

Oportunidades

- Nuevas tecnologías.
- Debilitamiento de competidores.
- Posicionamiento estratégico.

	AMENAZAS (A)	OPORTUNIDADES (O)
PUNTOS DÉBILES (D)	<p>ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA:</p> <p>*Buscar los recursos adecuados para crecer como empresa, invirtiendo en maquinaria. Incluso si crecimos lo suficiente y las instalaciones sean insuficientes, meter un proyecto a CONACYT para poder recibir apoyo por parte del gobierno.</p> <p>*Seguir implantando diferencias en el producto y servicio, para que la competencia nunca nos iguale y mucho menos supere.</p> <p>*Creación de tienda online para no limitarnos a la economía actual y futura del país, sino traspasar fronteras y seguir produciendo y creciendo como empresa.</p>	<p>ESTRATEGIAS DE REORIENTACIÓN:</p> <p>*Aumentar la capacidad productiva, con más maquinaria y personal capacitado para abarcar nuevos clientes en mercado nacional y posteriormente en el internacional.</p> <p>*Siendo México un lugar que carece de lycras y telas bordadas de calidad para atuendos de ballet clásico, buscaremos la manera de importar materia prima del extranjero.</p>
PUNTOS FUERTES (F)	<p>ESTRATEGIAS DEFENSIVAS:</p> <p>*Ampliación de gama de productos y servicios.</p>	<p>ESTRATEGIAS OFENSIVAS:</p> <p>* Vamos a explotar constantemente nuevas líneas de negocios y nuevos</p>

	<p>*Crear más líneas dentro de la marca, por ejemplo una línea especializada en la elaboración de atuendos de ensayo, para llegar a nuevos clientes primero en el mercado nacional y luego en el internacional.</p> <p>*Riguroso control de calidad en productos y servicios, para la máxima satisfacción del cliente.</p>	<p>mercados, que nos permitan llegar a muchas academias de danza con nuestros productos dentro del área nacional e internacional y a la vez hacer publicidad por medio de nuestras páginas de internet.</p> <p>*A través de los cursos a los que vayamos (el personal) para seguirnos capacitando en las últimas tendencias tanto de ballet clásico como de Moda, vamos a poder explotar relaciones con nuestros clientes actuales y con los nuevos clientes en mercado nacional e internacional.</p>
--	--	---

Definición de la estrategia: la mezcla de marketing o las cuatro P

Una vez realizado el análisis del mercado es el momento de diseñar la estrategia: qué vamos a hacer para atacar este mercado. La estrategia se define con base en cuatro elementos, más conocidos como la mezcla de marketing o las cuatro P:

- 1.-Producto
- 2.-Precio
- 3.-Promoción
- 4.-Plaza

1. Producto

1.1. El diseño

El diseño es la combinación de seis elementos: proporción, equilibrio línea, forma, color y textura.

- 1.1.1. La proporción es la relación entre el tamaño de cada una de las partes de una prenda entre sí y con relación a la propia prenda.
- 1.1.2. El equilibrio es la simetría o asimetría de la prenda.
- 1.1.3. La línea se refiere a los ejes de la prenda. Estos ejes son los que hacen que la prenda cree un efecto visual respecto a la persona que la porta: más delgado, más ancho, más corto, más largo. E incluso que atraiga la mirada hacia un área concreta de la prenda, evitando así que se mire a zonas no deseadas. Normalmente se habla de líneas rectas y curvas.
- 1.1.4. La forma es la silueta de la prenda sin tener en cuenta el detalle. Normalmente se habla de tres tipos de forma: rectangular, trapecio y acampanada.
- 1.1.5. El color es uno de los elementos más importantes del diseño de una prenda, por lo cual debemos saber qué estado de ánimo transmite cada color, así como informarnos qué colores son más o menos comerciales en cada temporada.
- 1.1.6. La textura engloba el tacto y la apariencia de un tejido. El tacto es la sensación que se tiene al tocar un tejido, y la apariencia es tanto el aspecto: liso, estampado, brillante, mate, la caída del tejido, etc.

El diseñador tiene que tomar en cuenta estos principios básicos a la hora de crear, para combinarlos de una manera coherente y atractiva.







1.2. La marca

La marca es una idea en la mente del consumidor, un pensamiento sobre el producto, sobre la empresa en general. Es importante mencionar, que el producto es lo que hace a la empresa, pero la marca es lo que realmente compra el cliente.



1.3. El empaque

En el sector de la moda, el empaque es menos importante que en otros rubros, ya que los vestuarios teatrales se muestran en el punto de venta sin empaquetar, con el propósito de que el consumidor pueda analizarlos y probárselos. En el sector textil, el empaque es un elemento de protección para almacenar las prendas después de confeccionarlas y plancharlas. También puede ser un elemento de transporte, pero entonces suele llamarse embalaje, correspondiente al porta-trajes, porta-tutús o a la bolsa de la tienda donde se meten directamente las prendas compradas.

Anne Fouetté

Línea: "El ballet con tintes del folclore mexicano"



PANTONE 489 U



Bolsa de tela



Porta-tutú

2. Precio

El precio es el elemento que proporciona ingresos a la empresa. El precio de un producto tiene importantes repercusiones psicológicas sobre el consumidor, ya que condiciona la imagen que el consumidor tiene de sobre el producto y la marca. Para fijar el precio del producto tenemos que considerar principalmente las siguientes tres variables:

- El costo de producción y venta requeridos más el margen.
- Los precios del sector y los de nuestra competencia más directa.
- El valor percibido por el consumidor, el precio que está dispuesto a pagar nuestro cliente por una prenda.

Costo del prototipo:

Costos de confección de taller + Costo de materiales consumidos (tejidos + adornos) + Costo del patrón + Costo del escalado del patrón.

3. Promoción

Las decisiones que toman los profesionales del marketing, tienen los siguientes objetivos finales:

- La satisfacción del cliente y el consiguiente aumento de la demanda.
- Una buena imagen de la marca.
- La comunicación.

3.1. Promoción en medios

3.1.1. En el mundo de la moda, se consideran grandes medios a la prensa y a la

televisión, aunque el gran medio por excelencia es la prensa, y en concreto, las revistas de moda. Por lo que la marca Anne Fouetté utilizará a la prensa, por medio de anuncios.

3.1.2. También utilizará el publicity, el cual consiste en que nuestra marca o nuestros productos aparezcan en la prensa o en la televisión sin que hayamos invertido en publicidad. El publicity es un recurso muy útil para los diseñadores que empezamos, pero también es muy común para los diseñadores de moda consagrados.

Para conseguir hacer publicity se necesita una buena relación y constante con los medios de comunicación. Algunos consejos para conseguir esa buena relación son los siguientes:

- Enterarnos con tiempo de la información que les interesa: qué reportajes van a hacer, qué artículos van a escribir, qué entrevistas tienes planificadas, etc.
- Ofrecerles contenidos interesantes, actuales y bien elaborados.
- Seamos directos, sinceros y no entrometerse en la labor del periodista.
- No seamos pesados y no agobiamos con demasiadas noticias. Siempre es mejor la calidad que la cantidad de información.

Es importante mencionar que el publicity es diferente de la publicidad convencional en varios aspectos:

- ✓ Nuestro nombre, marca o producto pueden aparecer en una entrevista, en un artículo o en una selección temática de prendas.
- ✓ Al estar expresado en forma de texto, ofrece la posibilidad de ser más descriptivo que la publicidad y dar más detalles sobre la empresa o del producto en cuestión.
- ✓ El público puede valorar de manera diferente una de misma noticia y un anuncio, por lo que el publicity puede ganar en credibilidad y en penetración psicológica.
- ✓ No tiene como fin la venta en el sentido de la publicidad, sino que más bien pretende transmitir una imagen de marca, es decir, crear una actitud hacia la marca, más que hacia el producto.

3.1.3. Otro medio de promoción de la marca Anne Fouetté será el marketing directo, dirigido a nuestro consumidor final, con nombre y apellidos a través del correo directo.

3.1.4. Organizaré eventos , un desfile de modas en grandes plataformas como Plaza

las Américas y Altozano, que ayude a promocionar el producto y a definir la imagen de la marca , se presentará la colección de moda a la prensa.

3.1.5. También haré uso del internet. La gran cantidad de personas que se conectan a la red convierten al internet en un medio de comunicación de masas.

a) Página web de la marca Anne Fouetté . A largo plazo la página web se convertirá en mi primera plataforma de venta internacional. Para dar a conocer la gama de productos, nunca antes presentada al público se elaborarán varios catálogos impresos de acuerdo a la temporada: primavera-verano y otoño-invierno.

I. *Catálogo virtual:* A través de los libros virtuales puedo convertir mis colecciones de moda en catálogos virtuales; una herramienta que puede mejorar la comunicación interactiva integrando todo tipo de imágenes de alta definición, vídeos, música ,enlaces, etc. El catálogo virtual será una publicación digital en la que el público en general podrá acceder a toda la información con un click. Con contenidos dinámicos e interactivos y con la posibilidad de que yo pueda incluir vídeos y presentaciones multimedia, además de que es muy fácil de usar. La publicación virtual será ideal para acercar los productos al consumidor, para digitalizar y archivar revistas impresas y para presentaciones multimedia. Las publicaciones virtuales de la página Anne Fouetté serán compatibles con todos los dispositivos móviles del mercado: iPad, iPhone, samsung galaxy, etc.

II. *Suscripción:* Existirá una suscripción gratuita a los bailarines miembros de la Royal Academy of Dance en México, para que reciban por correo nuestros catálogos de las nuevas temporadas.

III. *Promoción a través de Banners.*

IV. Voy a manejar también “ofertas y promociones”, para generar expectativa para futuras ventas o bien captar la atención del público sobre otros productos; considero importante dar a conocer descuentos o paquetes especializados.

4. Plaza

La plaza es el lugar físico o punto de venta donde se distribuirá el producto. Es una de las decisiones más importantes que tenemos que tomar y otro de los factores clave para el éxito del negocio.

Domicilio del punto de venta de la marca Anne Fouetté: Morelos Sur #421, col. Centro, Planta alta, Morelia, Mich. México.

Plan financiero

Estudio financiero

Para llevar a cabo dicho proyecto, al no contar con ninguna propiedad, creo más conveniente la renta de una casa de dos pisos por \$6,000.00 pesos mensuales, y el propietario de dicha casa me pide un depósito de renta de un mes más por adelantado. Cabe mencionar que dicha casa, tengo que acondicionarla para poder cumplir mis objetivos: Mi idea es dividir los espacios. En el primer piso se localizará una oficina, una pequeña sala, un probador, un baño; y en el segundo piso se instalará el taller con las máquinas industriales, entre otros detalles que se necesitan realizar para poder acondicionar el lugar, el presupuesto que he considerado para llevar a cabo lo mencionado son \$50,000 pesos.

Para realizar dicho proyecto dispongo de \$25,000.00, lo cual no es suficiente, por lo que tengo contemplado que mis padres me presten \$58,00.00. Y aparte de mi dinero \$3,000.00 en la caja para cambio, con la idea de mantenerlos siempre allí. Me he visto en la necesidad de solicitar un crédito bancario por la cantidad de \$74,000.00, para poder cubrir todos mis gastos.

Debido a que ya había estado realizado diversos diseños de vestuarios teatrales en Alta Costura Anne Fouetté a partir del registro de mi marca, cuento con un inventario de mercancías en existencia y también de materia primas por la cantidad de \$30,000.00 pesos. A su vez Anne Fouetté tiene \$20,000.00 pesos a crédito con un proveedor de Guadalajara llamado Telas “Santa María”, quien me surte mensualmente una lista de materiales.

No me preocupa la maquinaria, porque ya cuento con ella, tengo una máquina industrial recta, dos máquinas overlock industrial y casera, una collareta especial para el manejo de lycra, dos máquinas rectas caseras y una máquina para poner ojillos, esto comprende una cantidad de \$55,000.00, y tendré que adquirir una oficina, una sala, unas mamparas, por lo que contemplé para dicho fin la cantidad de \$30,000.00 pesos. Como equipo de cómputo adquiriré una laptop MAC por la cantidad de \$25,000.00 pesos.

Es importante invertir en propaganda y publicidad para dar a conocer mis servicios al público en general, por lo que destiné \$5,000.00 pesos, utilizando como principal medio de comunicación el internet.

BALANCE GENERAL
(Cantidades expresadas en pesos)

ACTIVO

CIRCULANTE

Caja	\$	3,000.00
Bancos	\$	25,000.00
Inventarios de mercancías	\$	30,000.00
TOTAL CIRCULANTE	\$	58,000.00

FIJO

Mobiliario y equipo	\$	30,000.00
Equipo de cómputo	\$	25,000.00
Maquinaria y equipo	\$	55,000.00
TOTAL FIJO	\$	110,000.00

DIFERIDO

Propaganda y publicidad	\$	5,000.00
Gastos de Instalación	\$	50,000.00
Rentas pagadas por anticipado	\$	12,000.00
TOTAL DIFERIDO	\$	67,000.00

TOTAL ACTIVO \$ **235,000.00**

PASIVO

CORTO PLAZO

Proveedores	\$	20,000.00
Acreedores Diversos	\$	58,000.00
TOTAL CORTO PLAZO	\$	78,000.00

LARGO PLAZO

Acreedores Bancarios Largo Plazo	\$	74,000.00
TOTAL LARGO PLAZO	\$	74,000.00

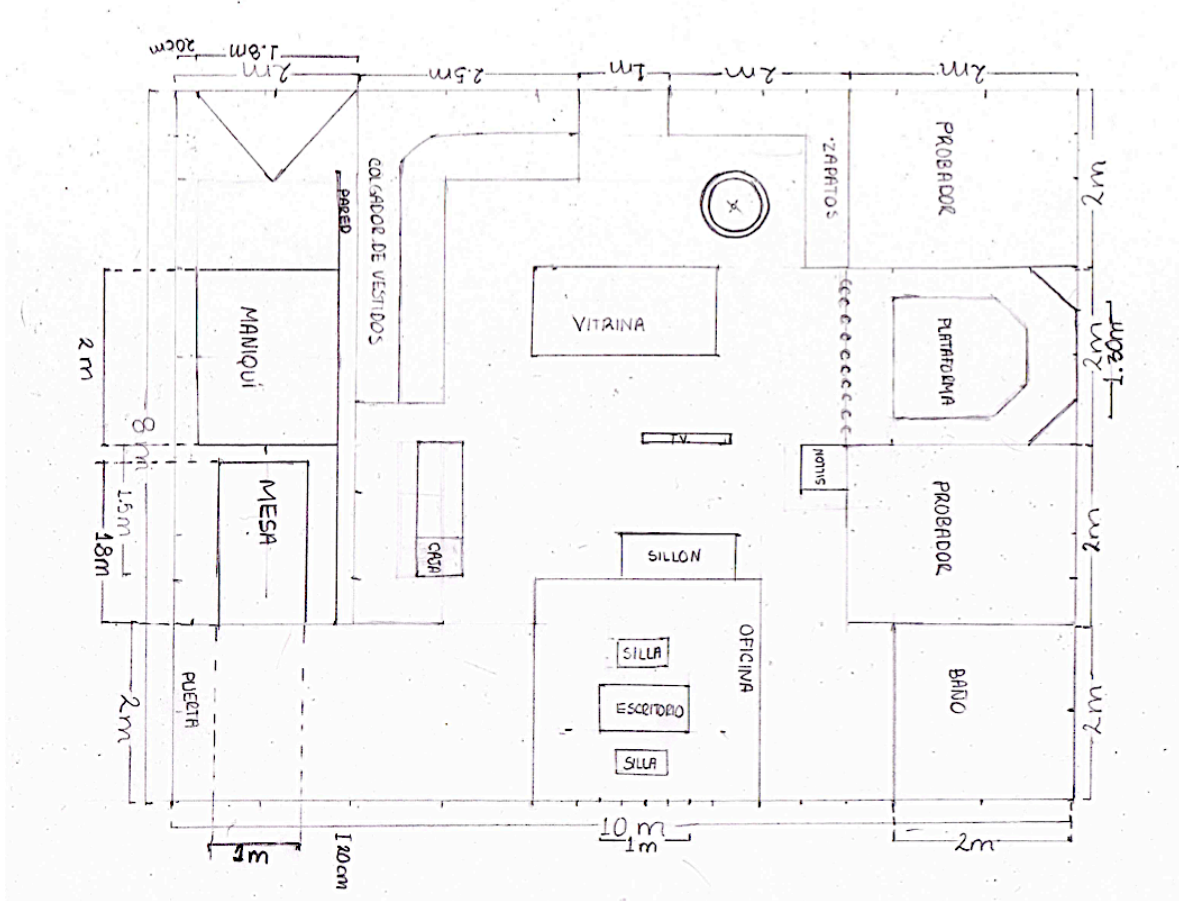
TOTAL PASIVO \$ **152,000.00**

CAPITAL CONTABLE

Aportaciones	\$	83,000.00
TOTAL CAPITAL CONTABLE	\$	83,000.00

TOTAL PASIVO MAS CAPITAL \$ **235,000.00**

Plan operativo



Escaparate de la casa de moda Anne Fouetté

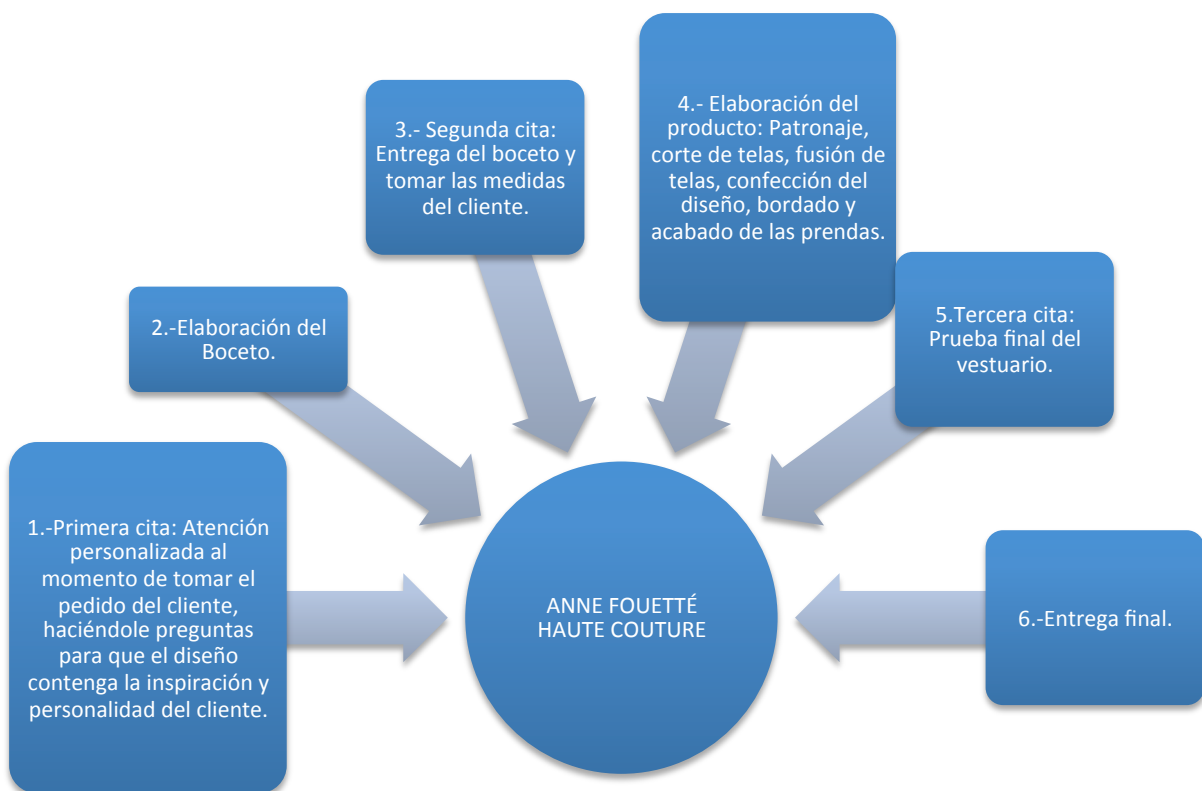
El escaparate se encuentra constituido por una puerta de madera negra de lado derecho, con una puerta de cristal, con adornos elaborados de fierro, pintados de negro. La puerta de madera negra se encuentra grabada con la letra inicial de la tienda la "A", de la palabra Anne Fouetté, en la parte superior, y a los lados de la puerta de cristal, grabadas líneas verticales.

En la parte superior del escaparate encontramos el nombre de la tienda "Anne Fouetté", y en la parte inferior encontramos dos bailarinas (maniqués) con posiciones de ballet. Ambos están exhibiendo dos de los vestidos más hermosos de la casa de moda. De fondo encontramos la silueta de una pareja de bailarines llevando a cabo un pas de deux. De lado derecho, a un costado de la puerta tenemos una elegante mesa con un florero formado por zapatillas de ballet. Colgando del techo encontramos una serie de esferas de cerámica plateadas, en forma de gota de agua, y otras rojas redondas.

Máquinas con las que cuenta la empresa:

- Una máquina industrial recta
- Dos máquinas overlock industrial y casera
- Una collareta especial para el manejo de lycra
- Dos máquinas rectas caseras
- Una máquina para poner ojillos

Descripción del servicio de la empresa Anne Fouetté:



Detalles del proceso de maquila :

- I. Definición del diseño: En este primer paso, se define cuál será el estilo de la prenda a confeccionar, basado en los figurines que la diseñadora haya creado y que previamente el cliente haya elegido de un catálogo o de la página Web.
- II. Elección de la tela: La clienta elige el diseño de la tela.

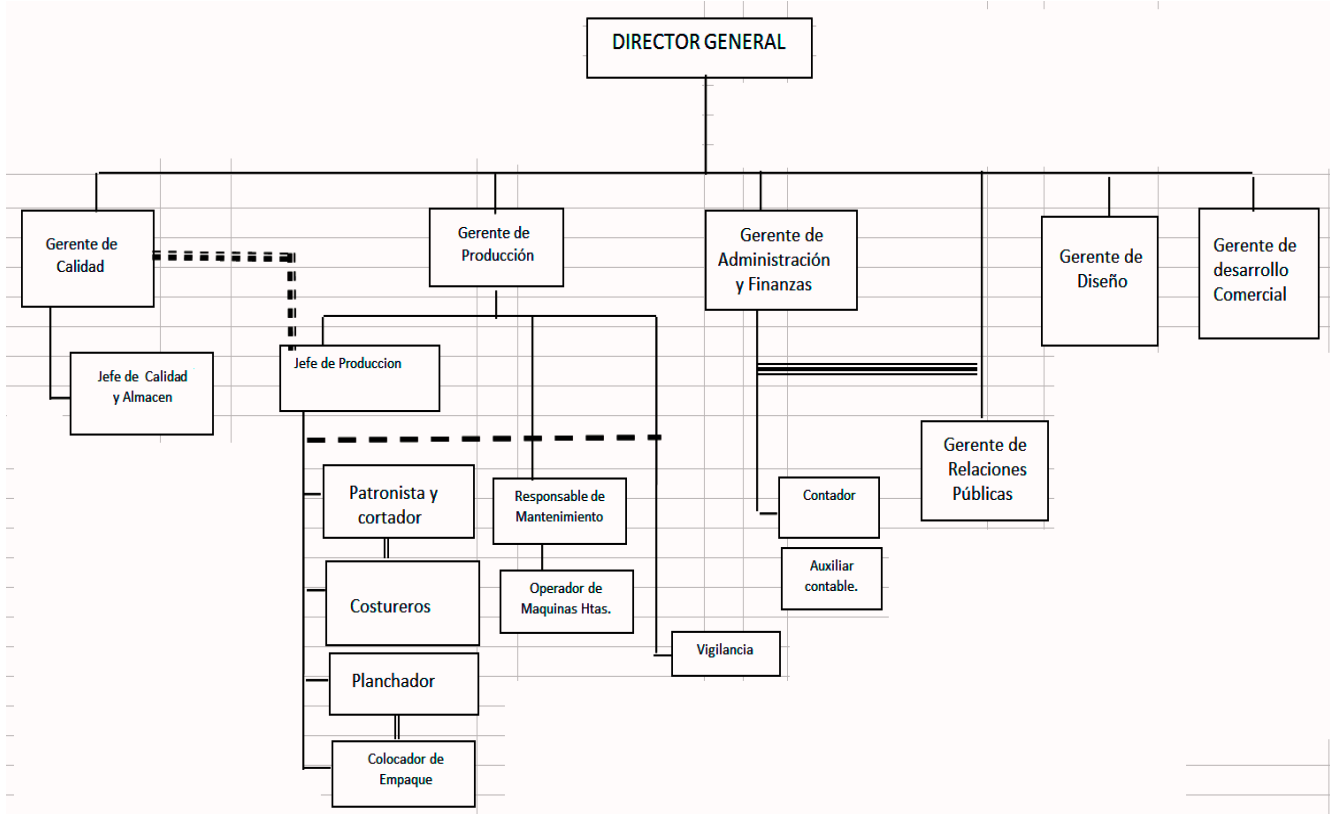
- III. Mediciones: En este punto del proceso, es fundamental e indispensable, la presencia del cliente ante la confeccionista para que ésta última tome las medidas necesarias para poder amoldar la tela a la figura de la persona a la perfección.
- IV. Hacer Molde: Una vez se tienen las medidas hechas, la modista debe realizar el molde, es decir, la guía con la cual va a cortar la tela. Los moldes la mayoría de las veces se hacen en papel.
- V. Corte de la tela: Consiste en el extendido de la tela sobre la mesa de corte, para posteriormente trazar o marcar y cortar utilizando el molde hecho previamente.
- VI. Filetear: Es la costura que da firmeza a las telas en sus bordes y su ensamble entre telas para formar una única prenda.
- VII. Puntada de Seguridad: se trata de pasar la prenda por la máquina que refuerza lo fileteado como definitivo.
- VIII. Accesorización: ensamble de accesorios tales como herrajes, moños, entre otros.
- IX. Acabado y decorado: esta etapa es supervisada por la diseñadora directamente, ya que los acabados y decorados serán los puntos de referencia para saber que es una prenda única, según lo que el cliente haya requerido (aplicaciones, bordado, entre otros).
- X. Pulir: se le da el toque final, comprende operaciones como eliminación de sobrantes de hilo y tela, remates y dobladillos.
- XI. Control de Calidad: se inspecciona la prenda buscando sucios, perforaciones u otro tipo de imperfectos que puedan atentar directamente contra la calidad y la imagen de la marca. También revisar que el diseño inicial concuerde con lo realizado.
- XII. Empaque: La prenda se dobla de manera estética en una bolsa hecha en tul.
- XIII. Aprobación de cliente: el cliente debe ver la prenda finalizada y dar su aceptación final con total agrado.

Plan directivo

Tamaño de la empresa: microempresa.

Número de empleados: diez empleados.

Organigrama general de la empresa Anne Fouetté:



Responsabilidades de los integrantes del equipo

Director general:

El director general es responsable de supervisar todas las funciones administrativas de la empresa Anne Fouetté. Tiene a su cargo al gerente de calidad, gerente de producción, gerente de Administración y Finanzas, gerente de Relaciones Públicas y gerente de desarrollo comercial. Una gran parte de su trabajo implica liderar y dirigir a los empleados. El director general es el propio diseñador.

Gerente de calidad:

El gerente de calidad tiene la responsabilidad de garantizar la calidad de los productos de la empresa Anne Fouetté.

Dicho gerente dirige las actividades de los trabajadores en el área y crea las políticas que

detectan y reducen los problemas de calidad. Además debe determinar la causa de dichos problemas y defectos para poder efectuar los cambios en el proceso de producción y asegurar la calidad del producto.

Gerente de producción:

El gerente de producción será el encargado de coordinar todo el trabajo de los talleres de producción. Por lo que, tiene la responsabilidad de prever, organizar, integrar, dirigir, controlar y retroalimentar las operaciones de las áreas productivas garantizando el cumplimiento de los planes de producción, con un eficiente manejo de recursos y dentro de los estándares de productividad y calidad establecidos.

Gerente de administración y finanzas:

El gerente de administración y finanzas tiene como responsabilidad la optimización del proceso administrativo, contable y financiero de la empresa Anne Fouetté.

Gerente de relaciones publicas:

El gerente de Relaciones Publicas tiene como responsabilidad central la gestión de la imagen institucional que se proyecta hacia el exterior e interior de la casa de moda Anne Fouetté. Dicho gerente tiene que crear y mantener buenas relaciones y atención a las demás empresas, instituciones y consumidores. Se va a encargar también de promover y representar a la empresa en todo tipo de eventos y a veces en nombre del director o gerente general.

Gerente de desarrollo comercial:

El gerente de desarrollo comercial tiene la responsabilidad principal de liderar y llevar adelante al equipo de vendedores. Es el nexo entre el director general y los vendedores. El gerente comercial exitoso cumple la función paternal sobre los vendedores.

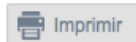
Algunas de las responsabilidades de los gerentes de las distintas áreas de la empresa, durante el proceso de elaboración de una colección de vestuarios de teatro son las siguientes:



Algunos trámites para la formación de una empresa:

Marca registrada ante el IMPI

Información De La Marca



ANNE FOUETTÉ

País México

Titular Ana Elizabeth Tejeda Velazquez

La marca **ANNE FOUETTÉ** se encuentra registrada en México. Su registro incluye *texto/palabras e imagen*. Esta marca protege derechos de uso sobre *prendas de vestir*. El registro se encuentra a nombre de **ANA ELIZABETH TEJEDA VELAZQUEZ**.

Clase	Acta	Tipo	Presentación	Estado
★ 25	1216568 Q	Mixta	2011/09/23	Registrada

Clase 25: Vestidos, calzados, sombrerería.

Servicio de consulta externa sobre información de marcas - MRCANET

Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial


[Regresar](#)

Datos generales

[Ver Expediente \(PDF\)](#) [Descargar datos de la consulta](#)

Número de expediente:	1216568
Número de registro:	1270468
Fecha de presentación:	23/09/2011 12:59:00 PM
Fecha de uso:	
Fecha de concesión:	23/02/2012
Fecha de vigencia:	23/09/2021
Denominación:	ANNE FOUETTÉ
Clase nacional:	
Tipo de solicitud:	MARCA
Tipo de marca:	MIXTA
Leyendas y figuras no reservables:	

Imagen




Productos y servicios

Clase	Tipo de clase	Descripción
25	9	PRENDAS DE VESTIR, CALZADO, ARTICULOS DE SOMBRERERIA.

Datos del titular

Nombre:	ANA ELIZABETH TEJEDA VELAZQUEZ
Dirección:	PRIV. MARIANO OTERO # 75, COL. CHAPULTEPEC OTE.
Población:	MORELIA, MICH.
Código postal:	58260
País:	MEXICO
Nacionalidad:	MEXICANA
RFC:	
Teléfono:	
Fax:	
E-mail:	

Trámite

Folio	Serie	Descripción	Fecha de inicio	Fecha de conclusión	Ver detalle
182246	2011	SOLICITUD DE REGISTRO	23/09/2011		

Proceso de constitución de una empresa

Toda empresa o persona que reciba una remuneración por sus servicios o productos, debe atender la obligación de registrarse como contribuyente ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT) como órgano desconcentrado de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

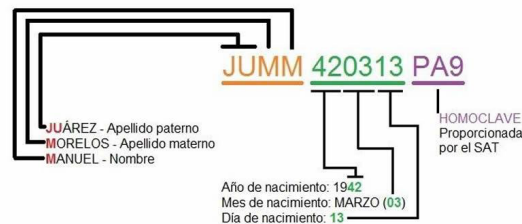
El SAT es responsable principalmente de aplicar la legislación fiscal y aduanera, es decir, verifica que tanto las personas físicas y morales contribuyan proporcional y equitativamente al gasto público.

Entonces, para darse de alta en Hacienda es necesario tramitar el Registro Federal de Contribuyentes (RFC) ante el SAT.

Registro Federal de Contribuyentes (RFC)

El Registro Federal de Contribuyentes (RFC) es una serie de letras y número que se utiliza para distinguir a los contribuyentes que están obligados a pagar impuestos.

Los caracteres que conforman el RFC de una persona se determina por el nombre, fecha de nacimiento y homoclave, estos últimos tres dígitos son los que el SAT asigna a cada contribuyente.



En el caso del RFC de una empresa se considera el nombre y la fecha oficial de apertura de la misma.

¿Qué tipo de empresas se pueden crear o registrar?

- Las formas más populares para registrar tu negocio son: persona moral, persona física con actividad empresarial, sociedad anónima, sociedad civil y asociación civil.
- Las últimas dos formas no son consideradas sociedades mercantiles, sino que están constituidas sin fines de lucro; es decir, una empresa que no persigue un beneficio económico sino que tiene una finalidad social, humanista o comunitaria.

Persona física o moral

Para darse de alta ante Hacienda hay que definir el tipo de persona tributaria, física o moral.

- *Persona moral.* Se trata del grupo de personas asociadas que dan de alta su empresa como asociación civil o mercantil que realiza alguna actividad con fines de lucro, organismos que comercializan bienes o servicios, también entran en esta categoría las sociedades anónimas, los sindicatos, cooperativas, partidos políticos y otras.

- *Persona física.* Aquellos que prestan sus servicios de manera independiente mediante un recibo de honorarios para su pago, es decir, no pertenecen a una organización. Las personas física realizan actividades comerciales como vendedores, arrendatarios de inmuebles, artistas, deportistas, escritores, médicos, abogados, músicos o cualquier otra persona que trabaje por un salario.

Pasos para dar de alta a una empresa en el SAT:

1. Se debe pedir una cita de forma electrónica en el portal www.sat.gob.mx en la sección "oficina virtual" o bien, vía telefónica (01 800 463 6728).
2. El Sistema de Administración Tributaria, a través de sus oficinas de atención ciudadana, es la única dependencia en la que se registra una empresa. Antes de iniciar debemos definir en qué régimen fiscal operará nuestro negocio.
3. Este trámite es gratuito, se puede realizar con el notario o en la ventanilla del SAT. Si decidimos realizarlo por nuestra cuenta, hay que reunir los siguientes documentos:
 - ✓ CURP o acta de nacimiento del representante legal.
 - ✓ Identificación oficial. Puede ser la credencial de elector, pasaporte vigente, cédula profesional o cartilla del servicio militar.
 - ✓ Comprobante de domicilio fiscal.
 - ✓ Acta constitutiva de la empresa.
4. Una vez que tengamos los papeles, hay que acudir a nuestra cita el día y la hora indicada por la oficina que nos corresponda. Hay que contemplar que el tiempo promedio para el trámite es de 30 minutos.

CASO PRÁCTICO

EL BALLET CON TINTES DEL FOLCLORE MEXICANO

Como profesionista me he preparado tanto como Bailarina profesional de Ballet clásico así como Licenciada en Diseño de Industria de la Moda con una maestría en Gestión Empresarial.

Dada mi formación, es mi interés poder llevar a cabo proyectos culturales varios. El año pasado me encontré a cargo de una producción dancística denominada *El ballet clásico con tintes del folclore mexicano*. Dicha presentación se llevó a cabo en el Teatro Melchor Ocampo el día miércoles 22 de abril de 2015 a las 19:00 hrs.



Sinopsis:

Instituto Pedagógico Piaget y Seven Days Gold, a cargo de la dirección de la Maestra Ana Tejeda estrenaron una producción dancística denominada “*El Ballet con tintes del Folclore mexicano*”. Este evento tuvo el objetivo de difundir la cultura mexicana y las bellas artes; principalmente el ballet clásico permeado por el colorido y ritmo del folclore mexicano. Dicha presentación pretendió demostrar al público que se puede lograr un evento de calidad, diferente, que lleve en sí las características de autenticidad, con mucha creatividad, que sólo puede dar un compromiso real con la sociedad.

La puesta en escena brindó la oportunidad al público de deleitarse con un evento gratuito y de calidad, sembró en cada espectador una semilla de bellas artes, con el fin de motivarlo a desarrollarse en alguna de ellas. Dicho evento fue posible, gracias al gran apoyo brindado por distintas instituciones, al haber sido una buena iniciativa que reúne diferentes artes en un mismo espacio; la cual sirvió para que todos comprendamos y nos acerquemos un poco más a la danza con calidad, impulsada por artistas michoacanos.

ANA LIZ TEJEDA
DIRECTORA ARTÍSTICA Y COREOGRAFÍA

INSTITUTO MODSTIL
MAQUILLISTAS PROFESIONALES

VIDEO
SISTEMA MEGA MORELIA

FOTOGRAFÍA
MARCO ALCANTÁR

ILUMINACIÓN
HAPPY BOYS

VESTUARIO
ANNE FOUETTÉ

MAESTRO DE CEREMONIAS
ERNESTO (EXA MORELIA)

MELODÍAS MEXICANAS

FUSIÓN CULTURA MEXICANA Y BALLETO CLÁSICO

“El ballet clásico con tintes del folclore mexicano”

PROGRAMA Y VESTUARIO TEATRAL EN ALTA COSTURA ANNE FOUETTÉ

1.- Guacamayas.

El mexicano Francisco Gabilondo Soler es el máximo exponente de los temas infantiles en el siglo XX, músico autodidacta, provisto de una gran sensibilidad musical orientó su talento al servicio de los niños de México y el mundo. En la época de oro de la radio mexicana, *Cri-Crí, el grillo cantor*, como se hacía llamar el músico veracruzano deleitó a niños con historias fantásticas sobre animales y otros personajes, musicalizadas por el piano y el violín del maestro Alfredo Núñez de Borbón.



2.- Muñecas mexicanas.

Teniendo en cuenta que el folclore es toda costumbre que se transmite de generación en generación, adaptada y modelada por el medio ambiente en que vive la gente, y sabiendo que México es muy bello, queremos dar a conocer el amplio folclore mexicano plasmándolo en la coreografía de las muñecas mexicanas, acompañadas de la música folclórica característica de la danza de los viejitos del Estado de Michoacán.



3.-Piel canela.

“Piel canela”, es un clásico de la música latinoamericana perteneciente al cantante puertorriqueño, Bobby Capó. Sin embargo, en el año 2005 la cantante mexicana Natalia Lafourcade graba una versión libre de “Piel canela”, en la cual, introduce cambios radicales en relación a la versión de Bobby Capó edulcorada y óptima para los sutiles acercamientos de los años 50. Natalia Lafourcade compone entonces una versión deformada de “Piel canela”.



4.-Cielito lindo.

Cielito lindo es el título de una de las canciones más representativas de la Música folclórica de México. Compuesta por el mexicano Quirino Mendoza y Cortés, inspirado en su esposa, de quien se enamoró en la sierra y tenía un lunar cerca de la boca. En la Época del Cine de Oro en México tuvo un gran efecto que convirtió a "Cielito Lindo" en el himno no oficial de los mexicanos.



5.-La patita.

A lo largo de 27 años, el compositor Francisco Gabilondo Soler dio vida a casi 300 personajes a través de 228 composiciones. El veracruzano dejó un legado de canciones como *el ratón vaquero*, *la guacamaya*, *baile de los muñecos*, *la patita*, *negrito sandía*, entre otras, que han sido interpretadas por grandes voces.



6.-Mi ciudad.

Inspirada en la capital de la república mexicana. Mi ciudad refleja a un artista enamorado de su pueblo, de su gente.



6.-Mariposas monarca.

Además de ser patrimonio universal, en México, el santuario de la mariposa monarca es un importante atractivo turístico. Desde noviembre, la mariposa viaja de Estados Unidos y Canadá, a los bosques de oyamel en Michoacán, especialmente para reproducirse, realizando un impresionante y largo viaje de más de 4,000 kilómetros. Las zonas en las que se concentran son, principalmente: Zitácuaro, Ocampo y Angangueo, municipios de Michoacán, limítrofes con el Estado de México.



7.-Jarabe tapatío.

De todos los jarabes mexicanos, el más conocido a nivel internacional es el jarabe tapatío, originario de Jalisco. Fue creado por el compositor José Leopoldo Enrique Reyes Oliva. El Jarabe Tapatío es uno de los símbolos más reconocidos de la cultura mexicana. También ha sido muy importante en el mundo de la danza, ya que en la gira que realizó la bailarina

clásica rusa Ana Pavlova a México en 1919, quedó enamorada tanto de la cultura mexicana como de la majestuosidad de los trajes regionales que incluyó el Jarabe Tapatío como parte de su repertorio permanente. Esta danza se realizó como honor al Jarabe más popular de México y fue danzada en puntas con el traje típico de China Poblana.



INTERMEDIO

8.- México lindo y querido.

México Lindo y Querido es una canción folclórica mexicana, del género ranchero y mariachi, fue escrita por el moreliano Chucho Monge en 1921, y hecha famosa por Jorge Negrete, es ampliamente conocida entre el mundo hispanohablante, como canción representativa de México, canción de orgullo patriota y de nostalgia por la tierra natal.



9.-Bésame mucho.

"Bésame mucho" es una canción escrita en 1940 por la compositora mexicana, Consuelo Velázquez, que la compuso muy joven y sin haber besado aún. Es la sencillez de la letra que refleja sentimientos humanos universales, lo que hizo que rápidamente se convirtiera en una de las canciones más populares del siglo XX. Este bolero es considerado "El estándar de oro de la música romántica".



10.- Quizás, quizás, quizás...

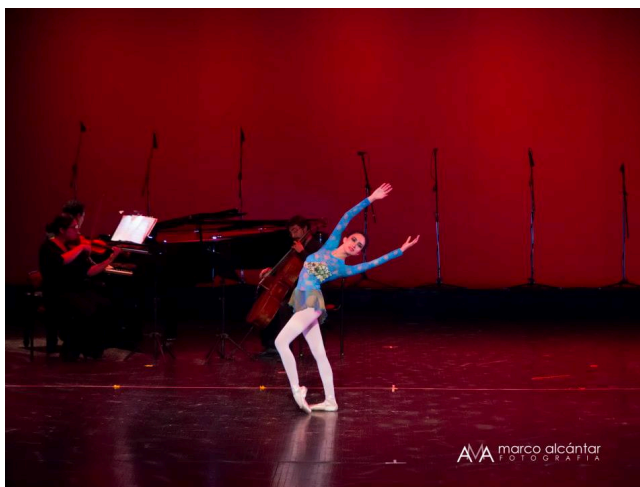
Denise Gutiérrez es una cantante soprano de nacionalidad mexicana y estadounidense; la cual hizo suyo el tema quizás, quizás, quizás... para el reciente filme en homenaje al comediante mexicano Mario Moreno "Cantinflas".



11.- INTERVENCIÓN MUSICAL DE LA AGENCIA MBRIDGE.

12.- Perfume de Gardenia.

Perfume de Gardenia es una obra de teatro mexicana escrita por Francisco Oyanguren. Esta obra mexicana es producida por Omar Suárez y cuenta con un elenco multiestelar que reúne estrellas de la época de oro del cine mexicano como María Victoria y actores de la época actual como David Zepeda, además de estar ambientada por la Única Internacional Sonora Santanera.



13.- La Bikina.

La Bikina es una famosa canción mexicana compuesta por Rubén Fuentes, en el año 1964. La canción fue escrita por Fuentes después de un paseo por la playa en donde su hijo le comentó que las mujeres que llevaban bikinis deberían de llamarse "bikinas".



14.- VIDEO PROMOCIONAL DE MORELIA(SECRETARÍA DE TURISMO DEL ESTADO DE MICHOACÁN).

15.- Huapango de Moncayo

Existe una pieza musical que representa a México alrededor del mundo, el Huapango de Moncayo. Esta obra es conocida e interpretada por muchas orquestas a nivel internacional y es una hermosa estampa de los diversos escenarios que podemos encontrar en nuestro país, atravesando todos los estados a través de la música.



16.-El son de la negra.

El Son de la Negra es uno de los más conocidos símbolos del nacionalismo musical. Ha llegado a convertirse en representativa del folclore mexicano o relativa a México a nivel internacional. El tema de la canción está dedicado a una locomotora, ya que una de sus estrofas, la que dice “ojos de papel volando”, es una metáfora que hace referencia a las banderas que solían llevar casi todas las locomotoras de la época en el frente, y que a medida que avanzaban, ondeaban con el viento.





Vestuario en alta costura de “El pájaro de Fuego”

