

INTRODUCCIÓN.

En México existen muchas empresas que nacen del seno familiar, lo que hace que se carezca de una cultura empresarial. Detrás de estas empresas, hay personas que, ya sea por habilidad, necesidad, herencia o visión, han tenido la oportunidad de iniciar un negocio. A pesar de esto, los problemas crecen junto con la empresa, en muchas ocasiones, sin ser atendidos.

Antes de iniciar un negocio, el futuro empresario debe elaborar un plan de negocio, mismo que le permitirá ver con mucha claridad si hay viabilidad técnica y financiera antes de invertir un peso.

Como consecuencia de lo anterior, muchas empresas desaparecen sin haber cumplido un año de operación. El 50% de las empresas cierran por problemas administrativos. Contra esta situación se debe tener el plan de negocios actualizado. Debido a la situación que atraviesa el país actualmente es necesario generar empleos. Las micro, pequeñas y medianas empresas generan aproximadamente un 64% de los empleos en el país, además de que contribuyen con el 40% de la inversión y el producto interno bruto.¹

El propósito de este trabajo fue resolver los principales problemas que enfrenta una empresa química en el departamento de ventas y sub-área de costos, que fueron detectados gracias a la metodología JICA. Cabe mencionar que este trabajo es un documento de consulta para estudiantes y profesionales de contaduría, administración, ingeniería o carreras afines de carácter administrativo. Esto es posible debido a que el trabajo integra conceptos teóricos y prácticos. Dicho de otra forma, el trabajo presenta aspectos muy completos de manera conceptual que sirven como guía de estudio a estudiantes y/o profesionistas, pero lo más importante es que presenta una aplicación directa de estos conocimientos a una empresa en particular, que puede ser considerado como un caso de estudio.

1 Las pequeñas y medianas empresas en México. Sin autor. CIPI.

Este trabajo está conformado por 5 capítulos. El primero se enfoca al desarrollo y cambios que ha tenido la industria química a lo largo de los años, sobre todo en México y América Latina. El segundo capítulo se introduce a la parte teórica del departamento de ventas y área de costos, así como a los elementos y las herramientas administrativas, las cuales permiten la reestructuración de las dos áreas de interés. El tercer capítulo es una introducción al método JICA con el objetivo de conocer este método japonés utilizado en la consultoría. El cuarto capítulo muestra la situación actual por la que atraviesa la empresa, enfocándose al departamento de ventas y sub-área de costos. Finalmente, el quinto capítulo contiene las propuestas de alto impacto y bajo costo: propuestas para el mejor funcionamiento de las dos partes a las que está enfocado este trabajo.

OBJETIVOS

Objetivos generales:

- Determinar los costos de producción para la toma de decisiones adecuada.
- Reestructurar el departamento de ventas para obtener mejores resultados a partir de políticas operativas generadas por la consultoría.

Objetivos Específicos:

- Buscar los principales problemas a los que se enfrenta el sub-área de costos.
- Establecer políticas operativas para el buen funcionamiento del sub-área de costos.
- Generar un sistema de costos que nos permita conocer con exactitud los costos de cada una de las líneas de producción.
- Generar informes sobre el costo de los artículos vendidos, para determinar las utilidades.
- Buscar los principales problemas a los que se enfrenta el departamento de ventas.
- Determinar la estructura básica del departamento de ventas.
- Establecer políticas operativas para el buen funcionamiento del departamento de ventas.
- Establecer estrategias.
- Definición de mercados meta.

- Elaboración del plan de marketing.