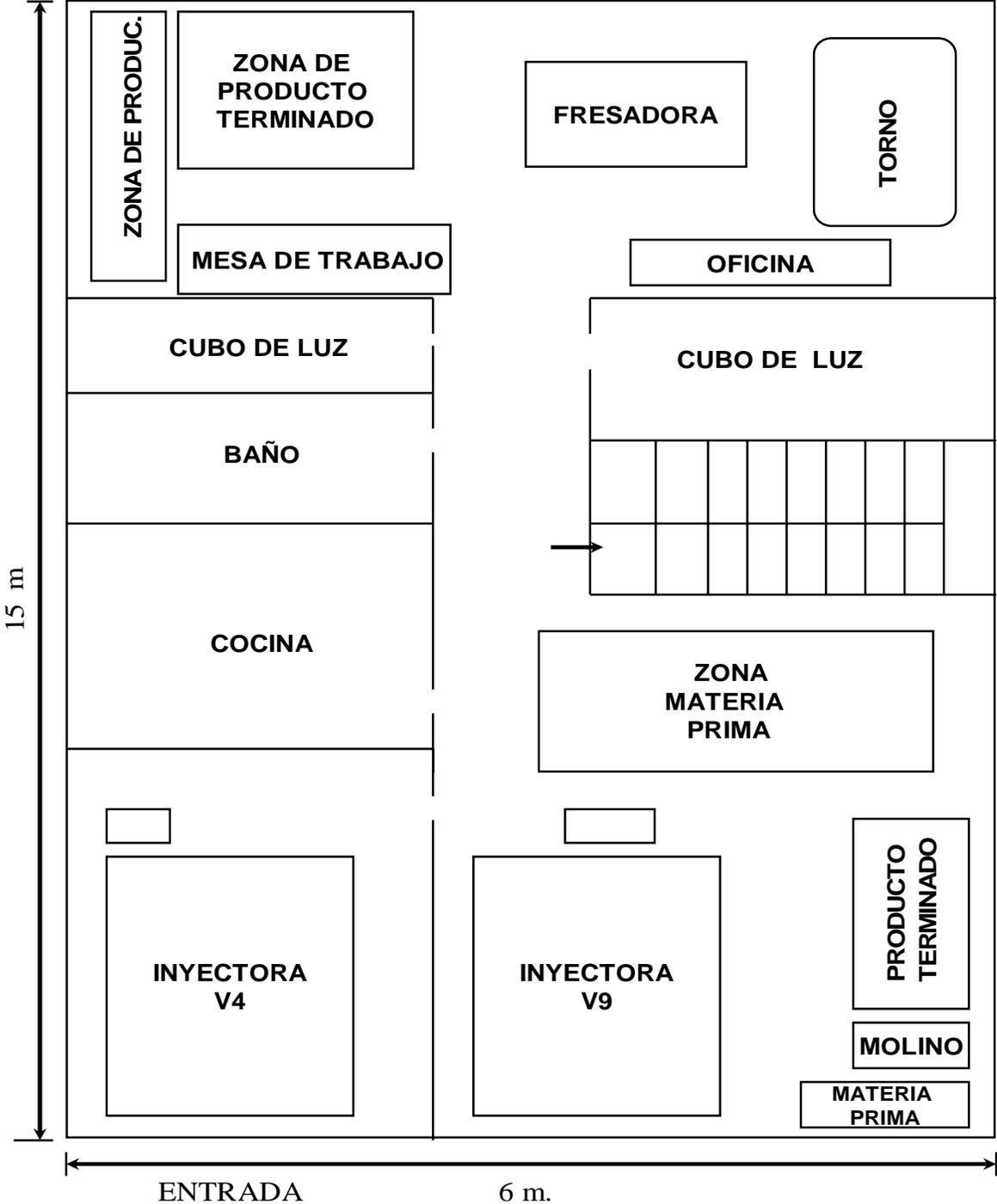


DISTRUBUCION DE PLANTA



ANEXO 2**PLAN DE NEGOCIOS**

OBJETIVO	ESTRATEGIA	META	ACCION INMEDIATA	INDICADOR	RESPONSABLE	FECHA DE ENTREGA
Objetivo 1 Contar con una distribución de planta que satisfagan las necesidades de crecimiento de la empresa un plazo no máximo a 3 años.	Estrategia 1 Reubicación de la empresa	Meta 1 Adecuar terreno	Acción Inmediata 1 Contar con los requisitos para construir una nave industrial en la zona que se encuentra el terreno	Indicador 1 Conocer el costo de la obra lo antes posible	Planeación	22 de enero 2000
		Meta 2 Diseño de la distribución de planta	Acción Inmediata 2 Reflexionar sobre las necesidades que tiene cada proceso de fabricación en PLASMOL	Indicador 2 Contar con el plano de distribución de la planta	Planeación	19 de febrero 2000
		Meta 3 Realizar programa de actividades para la reubicación	Acción inmediata 3 Definir la fecha de la reubicación	Indicador 3 revisión del programa 7 días antes de la reubicación	Planeación	11 de marzo 2000

PLAN DE NEGOCIOS

OBJETIVO	ESTRATEGIA	META	ACCION INMEDIATA	INDICADOR	RESPONSABLE	FECHA DE ENTREGA
Objetivo 2 Aumentar y fortalecer los conocimientos de los empresarios en sus áreas de acción un 10% anual	Estrategia 2.1 Contar con información actualizada en los temas referentes a sus actividades	Meta 2.1 Suscripción por lo menos en una revista	Acción Inmediata 2.1 Búsqueda de las revistas	Indicador 2.1 Contar con el costo de la suscripción y calidad de la información que contiene la revista elegida	Planeación	20 de enero 2000
		Meta 2.2 Capacitación o cursos	Acción Inmediata 2.2 Buscar instituciones que impartan cursos referentes a las actividades desarrolladas por los empresarios	Indicador 2.2 Contar con el plan de estudio y fecha de inicio de los cursos, dos semanas antes de que inicien	Planeación	20 de enero 2000
		Meta 2.3 Asistir a exposiciones	Acción Inmediata 2.3 Buscar exposiciones que enriquezcan los conocimientos de los empresarios	Indicador 2.3 Contar con lista de las exposiciones, fecha, lugar y horarios	Planeación Dirección	20 de enero 2000
		Meta 2.4 Escoger el método para evaluar a los empresarios	Acción Inmediata 2.4 Formulación de las posibles preguntas	Indicador 2.4 Contar con el cuestionario	Planeación	

PLAN DE NEGOCIOS

OBJETIVO	ESTRATEGIA	META	ACCION INMEDIATA	INDICADOR	RESPONSABLE	FECHA DE ENTREGA
Objetivo 3 Evaluación del Plan de Negocios de la empresa, revisando que los objetivos se hayan cumplido	Estrategia 3.1 Revisión de objetivos mensuales	Meta 3.1 Evaluación de objetivos mensualmente	Acción Inmediata 3.1 Contar con la lista de objetivos ha evaluar	Indicador 3.1 Tener método de evaluación	Dirección Planeación	Día 25 de cada mes 2000
	Estrategia 3.2 Revisión de factores positivos e identificación de la problemática	Meta 3.2 Reflexionar sobre la situación en la que se encuentra en ese momento la empresa	Acción Inmediata 3.2 Contar con información actualizada de la empresa	Indicador 3.2 Tener la revisión un mes antes de la junta	Planeación	18 de noviembre 2000

PLAN DE NEGOCIOS

OBJETIVO	ESTRATEGIA	META	ACCION INMEDIATA	INDICADOR	RESPONSABLE	FECHA DE ENTREGA
Objetivo 4 Orientar la cultura organizacional hacia los valores establecidos	Estrategia 4.1 Formulación del enunciado de la misión	Meta 4.1 Generación de enunciados	Acción Inmediata 4.1 Elegir la gente que puede participar en esta actividad	Indicador 4.1 Contar con los enunciados tres días antes de la evaluación	Dirección Planeación	10 de febrero 2000
		Meta 4.2 Evaluación de los enunciados	Acción Inmediata 4.2 Escoger el enunciado que refleje la razón de ser de la empresa	Indicador 4.2 Contar con fecha para evaluación de enunciados y si las personas involucradas pueden asistir	Dirección Planeación	10 de febrero 2000
	Estrategia 4.2 Difusión del enunciado de la misión	Meta 4.2.1 Elaboración de carteles que contengan el enunciado	Acción Inmediata 4.2.1 Buscar lugares donde se deben colocar los carteles	Indicador 4.2.1 Contar con carteles dos días antes de la fecha de revisión	Planeación	8 de febrero 2000
		Meta 4.2.2 Evaluación sobre la comprensión del enunciado de la misión	Acción Inmediata 4.2.2 Escoger la forma de evaluación	Indicador 4.2.2 Haber realizado la evaluación a un 80% de los integrantes de la empresa, antes de la fecha programada	Planeación	fecha impuesta el 8 de febrero 2000

PLAN DE NEGOCIOS

OBJETIVO	ESTRATEGIA	META	ACCION INMEDIATA	INDICADOR	RESPONSABLE	FECHA DE ENTREGA
	Estrategia 4.3 Identificación de Valores y Principios	Meta 4.3.1 Realizar una lista de los valores y principios que rigen en la empresa	Acción Inmediata 4.3.1 Búsqueda de los valores y principios	Indicador 4.3.1 Contar con los posibles valores y principios dos días antes de la fecha propuesta	Dirección Planeación	25 de febrero 2000
		Meta 4.3.2 Evaluación de los valores y principios	Acción Inmediata 4.3.2 Buscar el modo de evaluación	Indicador 4.3.2 Revisión de la evaluación tres días antes de la fecha	Dirección Planeación	25 de febrero 2000
		Meta 4.3.3 Difusión de los valores y principios	Acción Inmediata 4.3.3 Buscar lugares donde se deben colocar los carteles	Indicador 4.3.3 Contar con carteles dos días antes de la fecha de colocación	Dirección Planeación	10 de marzo 2000
		Meta 4.3.4 Evaluación sobre la comprensión de los valores y principios	Acción Inmediata 4.3.4 Escoger la forma de evaluación	Indicador 4.3.4 Haber realizado la evaluación a un 80% de los integrantes de la empresa, antes de la fecha programada	Planeación	17 de marzo 2000

PLAN DE NEGOCIOS

OBJETIVO	ESTRATEGIA	META	ACCION INMEDIATA	INDICADOR	RESPONSABLE	FECHA DE ENTREGA
Objetivo 5 Contar con un sistema Administrativo y organizacional que permita el desarrollo y cumplimiento de los planes, a través de un ambiente de trabajo integral, en un plazo de 6 meses	Estrategia 5.1 Integración de recursos humanos, financieros y técnicos	Meta 5.1 Elaboración de un programa de planeación administrativo	Acción Inmediata 5.1 Buscar el tipo de plan adecuado a la empresa	Indicador 5.1 Revisión del programa	Director Planeación	17 de abril 2000
		Meta 5.2 Definir el perfil de puestos y actividades en cada área de trabajo	Acción Inmediata 5.2 Buscar el tipo de organigrama conveniente para la empresa	Indicador 5.2 Contar con los perfiles de puestos y actividades antes de estructurar el organigrama	Director Planeación	17 de abril 2000

PLAN DE NEGOCIOS

OBJETIVO	ESTRATEGIA	META	ACCION INMEDIATA	INDICADOR	RESPONSABLE	FECHA DE ENTREGA
Objetivo 6 Mejorar el grado de capacitación de los empleados en un 10% anual	Estrategia 6.1 Impartición de cursos a nivel operativo	Meta 6.1 Selección de los cursos a contratar	Acción Inmediata 6.1 Buscar ó contratar empresas que impartan los cursos	Indicador 6.1 Contar con el plan de estudios de los cursos 3 semanas antes de la fecha de inicio de los mismos	Producción Recursos Humano	20 de enero 2000
	Estrategia 6.2 Selección del personal a capacitar	Meta 6.2 Contar con el fin que se desea alcanzar	Acción Inmediata 6.2 Evaluación costo-beneficio de la capacitación	Indicador 6.2 Tener la(s) persona(as) que irán a la capacitación 3 semanas antes de comenzar el curso	Producción Recursos Humano	20 de enero 2000
	Estrategia 6.3 Evaluación del conocimiento adquirido	Meta 6.3 Desarrollar un método de evaluación	Acción Inmediata 6.3 Búsqueda de parámetros a evaluar	Indicador 6.3 Contar con el método de evaluación dos días antes que termine el curso		20 de enero 2000

PLAN DE NEGOCIOS

OBJETIVO	ESTRATEGIA	META	ACCION INMEDIATA	INDICADOR	RESPONSABLE	FECHA DE ENTREGA
Objetivo 7 Contar con ventas anuales de \$1,500,000 al cabo de tres años	Estrategia 7.1 Incrementar las ventas en los artículos plásticos un 20% anual	Meta 7.1 Captación de nuevos clientes	Acción Inmediata 7.1 Búsqueda de posibles no cautivos	Indicador 7.1 Verificar si se han efectuado actividades para captar clientes	Ventas	20 de enero 2000
		Meta 7.2 Creación de 1 a 2 artículos plásticos nuevos por año	Acción Inmediata 7.2 Evaluar que artículos pueden fabricarse con los mismos recursos operativos	Indicador 7.2 Contar con un plazo de dos meses para tener el posible artículo ha fabricar	Diseño y Dirección	22de abril 2000
		Meta 7.3 Evaluar si los productos actuales pueden venderse para un uso diferente al actual	Acción Inmediata 7.3 Identificar que productos pueden evaluarse	Indicador 7.3 Revisión de la evaluación dos días antes de la fecha de entrega	Ventas	4 de febrero 2000
		Meta 7.4 Creación de nuevos productos 1 o 2 para nuevos mercados	Acción Inmediata 7.4 Búsqueda de posibles productos e identificación del nuevo mercado	Indicador 7.4 Tener el diseño del nuevo producto en dos meses	Diseño Ventas Dirección	25 de febrero 2000

PLAN DE NEGOCIOS

OBJETIVO	ESTRATEGIA	META	ACCION INMEDIATA	INDICADOR	RESPONSABLE	FECHA DE ENTREGA
	Estrategia 7.2 incrementar ingresos en un 5% anual en artículos plásticos	Meta 7.2.1 Mejora continua en el proceso de fabricación de artículos plásticos	Acción Inmediata 7.2.1 Identificar posibles fallas en el proceso	Indicador 7.2.1 Contar con lista de fallas 4 días antes de cada mes	Departamento de Fabricación Dirección	Día 28 de cada mes 2000
		Meta 7.2.2 Conseguir materia prima más barata	Acción Inmediata 7.2.2 Elaborar un programa de búsqueda de proveedores	Indicador 7.2.2 Contar con cotizaciones cada dos meses	Compras	Día 14 de cada bimestre
	Estrategia 7.3 Incrementar ingresos en un 15% anual en el área de moldes	Meta 7.3.1 Reducir a la mitad el tiempo de fabricación en moldes	Acción Inmediata 7.3.1 Elaborar un diagnostico del proceso de fabricación	Indicador 7.3.1 Revisión de la factibilidad en la reducción del tiempo	Departamento de Fabricación Dirección	28 de enero 2000
		Meta 7.3.2 Compra de equipo para apoyar la fabricación de los moldes	Acción Inmediata 7.3.2 Realizar una lista del equipo que se necesita	Indicador 7.3.2 Tener lista de precios	Departamento de Fabricación Dirección	28 de enero 2000
		Meta 7.3.3 Contratar personal que ayude en la fabricación de moldes	Acción Inmediata 7.3.3 Definir el perfil del personal requerido	Indicador 7.3.3 Revisión del documento donde se tiene plasmado el perfil de la personas dos días antes de que salga publicado	Departamento de Fabricación Dirección	6 de abril 2000

PLAN DE NEGOCIOS

OBJETIVO	ESTRATEGIA	META	ACCION INMEDIATA	INDICADOR	RESPONSABLE	FECHA DE ENTREGA
Objetivo 8 Contar con un sistema de control de producción e inventarios por semana en un plazo de 6 meses	Estrategia 8.1 Creación de un programa para controlar el inventario y la producción por semana	Meta 8.1 Contar con información sobre el volumen de producción diaria por artículo y hombre/máquina	Acción Inmediata 8.1 Diseño del formato	Indicador 8.1 Contar con datos cada fin de turno	Almacén Áreas involucradas	último día hábil de cada semana
		Meta 8.2 Contar con información sobre las ventas diarias por producto	Acción Inmediata 8.2 Diseño del formato	Indicador 8.2 Contar con datos cada fin de turno	Ventas	último día hábil de cada semana
		Meta 8.3 Contar con el registro de entrada y salida por producto del almacén	Acción Inmediata 8.3 Diseño del formato	Indicador 8.3 Contar con datos cada fin de turno	Almacén	último día hábil de cada semana
		Meta 8.4 Contar con datos estadísticos que permitan semanalmente conocer el stock por producto	Acción Inmediata 8.4 Conocer el volumen de venta por producto semanal	Indicador 8.4 Tener la información un día antes de finalizar la semana de labores	Producción Ventas	último día hábil de cada semana

PLAN DE NEGOCIOS

OBJETIVO	ESTRATEGIA	META	ACCION INMEDIATA	INDICADOR	RESPONSABLE	FECHA DE ENTREGA
Objetivo 9 Contar con un mejor conocimiento acerca de la competencia	Estrategia 9.1 Monitorear a la competencia cada dos meses	Meta 9.1 Realizar llamadas telefónicas cada dos meses	Acción Inmediata 9.1 Identificar quienes son nuestra competencia	Indicador 9.1 Contar con lista de competidores una semana antes de realizar el primer monitoreo	Ventas Dirección	15 de enero 2000
		Meta 9.2 Realizar visitas a la competencia cada 2 meses	Acción Inmediata 9.2 Seleccionar la empresa ha visitar y también la persona que efectuará dicha actividad	Indicador 9.2 Contar con lista de competidores una semana antes de realizar la primer visita	Dirección Planeación	20 de febrero 2000
		Meta 9.3 Tener platicas con clientes de la empresa respecto a la competencia	Acción inmediata 9.3 Contar con lista y elección del cliente con quien se realizará la platica	Indicador 9.3 Contar con el esquema de la platica dos días antes de efectuarla	Dirección Ventas	28 de enero 2000