
CAPITULO 8. ANALISIS GENERAL DE LA EMPRESA DESPUES DE 10 AÑOS.

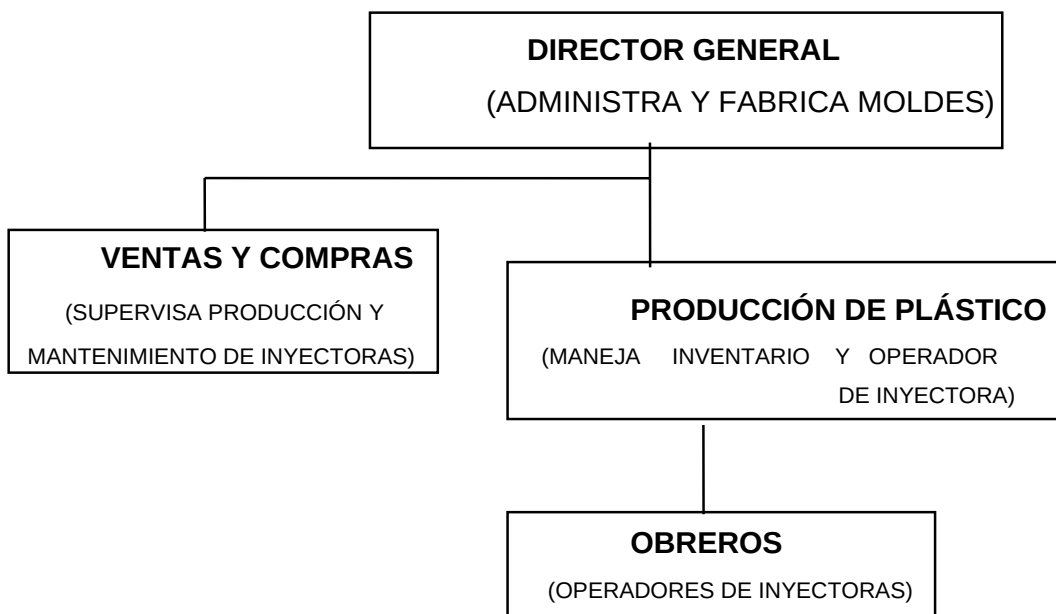
En este capitulo describiremos los logros alcanzados por los empresarios y como la plantación estratégica ayudo en el crecimiento de la empresa.

8.1 ANALISIS DE LA EMPRESA.

Como empresario la planeación estratégica me sirvió para no desviar a la empresa de los objetivos que le permitieron posicionarse en el mercado de plástico y en la generación de capital.

En 1999 estude a PLASMOL con la finalidad de utilizar a la plantación estratégica como herramienta para su crecimiento, ahora en el 2010 realizo un análisis general de logros alcanzados. En lo que respecta al organigrama de la empresa este no sufre cambios considerables respecto al que desarrollamos en 1999, el cual era:

ORGANIGRAMA DE PLASIV



Las funciones de los integrantes son las siguientes:

Director general:

- evalúa metas y objetivos
- administra los recursos financieros
- fabrica y diseña moldes
- ayuda en la entrega de producto

Ventas y compras:

- realiza las compras de materia prima
- vende, entrega y promociona los artículos que fabrica la empresa
- supervisa de manera indirecta el área de producción
- ayuda a la reparación y mantenimiento de las maquinas inyectoras

Producción de artículos plásticos:

- supervisa la producción
- controla inventario de materia prima y producto terminado
- Ayuda en la fabricación de moldes y reparación de maquinas

Obreros:

- Son ocho obreras que laboran como operadoras de maquina de inyección
- realizan la supervisión inmediata del producto
- controlan las condiciones de maquina para su buen funcionamiento

Como dato curioso esta actividad la desempeñan mujeres; la razón, son mas trabajadoras que los hombres, faltan menos y en la supervisión del producto son mas exigentes.

- también ocupa de 2 a 3 personas que no laboran dentro de la empresa pero le apoyan en el armado de algunos productos.

La relación interdisciplinaria del personal y su contratación le corresponde al empresario Julio.

8.1.2 MISIÓN.

Sabemos que la misión de una empresa suele cambiar con el tiempo de acuerdo a las necesidades de mercado y objetivos que los empresarios quieren lograr.

Los socios de esta empresa en el 2000 atendiendo a la petición de la planeación estratégica, formularon una misión la cual decía: **“Fabricar moldes y artículos de plástico con calidad y precios competitivos”**.

En el 2006 los empresarios decidieron cambiar tanto la misión como el nombre de la empresa, por tanto la misión quedó de la siguiente manera **“Fabricar artículos de plástico para las máquinas tragamonedas de producto a granel con calidad y a precios competitivos”**.

De los enunciados de las misiones existe una diferencia y es que el primer enunciado está enfocado a un mercado muy general, mientras que el segundo enunciado está enfocado a un nicho en la industria de máquinas tragamonedas, es por ello que los empresarios dedican sus esfuerzos a satisfacer este mercado.

También en el año 2006 el nombre de la empresa cambió al de **PLASIV**, que significa **PLASTICOS DE INGENIERIA VALDES**.

8.1.3 OBJETIVOS.

Dentro de los objetivos que se plantearon en 1999 se lograron los siguientes:

Reubicación de la empresa.

- Los empresarios de Plasiv compraron un terreno de 414 metros cuadrados, el cual es 4.6 veces más grande que el anterior.
- El terreno esta ubicado en el municipio de Chalco Estado de México, con una cercanía al DF. de 35 minutos aproximadamente
- El diseño de la nave industrial, la supervisión de la construcción desde los cimientos hasta su terminación, la gestión de permisos y cualquier trámite ante el municipio de Chalco fue realizados por los empresarios.
- Toda la instalación eléctrica fue instalada por uno de los empresarios.

Otro de los objetivos fue fortalecer el conocimiento de los empresarios en sus áreas de acción. Para este objetivo se capacito al empresario julio en las áreas de:

- Uso y conocimiento de los materiales de plástico
- Mantenimiento de equipo industrial

Al empresario Humberto se le capacito en técnicas de ventas.

Como se describe con anterioridad la capacitación de los empresarios es poca pero muy útil para el funcionamiento de Plasiv

También se logro contar con un control de producción y de inventario en el cual se tiene los siguientes datos:

- Consumo de materia prima semanal
- Ventas de cada producto por mes
- Volumen de producción semanal de cada maquina de acuerdo al producto
- Se cuenta con datos de las condiciones operativas de la maquina como: temperatura, presión y velocidad de inyección, entre otras.

MAQUINARIA Y EQUIPO.

En 1999 se analizo que se debería comprar maquinaria y equipo, para ayudar en el plan de crecimiento de la empresa. La siguiente tabla muestra una comparación de equipo y maquinaria entre los años 1999 y 2010.

TABLA 44
MAQUINARIA Y EQUIPO
1999 VS 2010

MAQUINARIA	NEGOCIO MOLDES 1999	NEGOCIO ARTICULOS DE PLASTICO 1999	NEGOCIO ARTICULOS DE PLASTICO 2010	TALLER MECANICO
MOLINOS		1	2	
INYECTORAS		2	4	
TORNOS	1			3
TALADROS	1			1
FRESADORA	1			1
AFILADORA	0			1
RECTIFICADORA	0			1
SOPLADORA	0		1	
TOTAL	3	3	7	7

Se observa de la tabla anterior que los empresarios si realizaron la inversión requerida para el crecimiento de Plasiv y de esta manera seguir teniendo un nivel competitivo en el mercado del plástico, además de sostener el volumen de ventas requeridas para seguir siendo una pequeña empresa, que fue el objetivo principal de esta tesis.

8.2 NEGOCIOS DE PLASIV.

Como se expreso en la misión PLASIV actualmente se dedica a fabricar artículos de plástico para la industria de las maquinas tragamonedas, por lo que el negocio de fabricar moldes ya no existe, como tal, ahora esta actividad se realiza exclusivamente para los productos que los empresarios desarrollan.

En este proceso de fabricación de moldes el empresario Julio ya participa, lo que no ocurría en el año de 1999.

Actualmente PLASIV no realiza ninguna maquila de plástico, la cual consistía en rentar hora-maquina-hombre para otras empresas o personas ya que eran dueños de los moldes y distribución de los productos.

En la actualidad la capacidad de producción de PLASIV esta enfocada a cubrir la demanda y necesidades del mercado que encontró en el ramo de las maquinas tragamonedas.

En cuanto a la cantidad de productos que fabrica y comercializa PLASIV se describen a continuación:

- 3 diferentes trompos
- 2 distintos relojes
- 1 modelo de anillo de juguete
- 1 muñeco
- 7 envases en 3 diferentes presentaciones
- 8 piezas de refacción para las maquinas tragamonedas
- 2 diferentes balones miniatura

Como se observa de la descripción de productos los empresarios tienen bien clara su misión, al generar 24 productos que son utilizados en el nicho de mercado en el que se encuentra la empresa.

El objetivo principal de esta tesis se logro, el cual era tener ventas anuales iguales o mayores a \$1,500, 000 pesos, esto fue logrado a 3 años de haber aplicado la plantación estratégica.

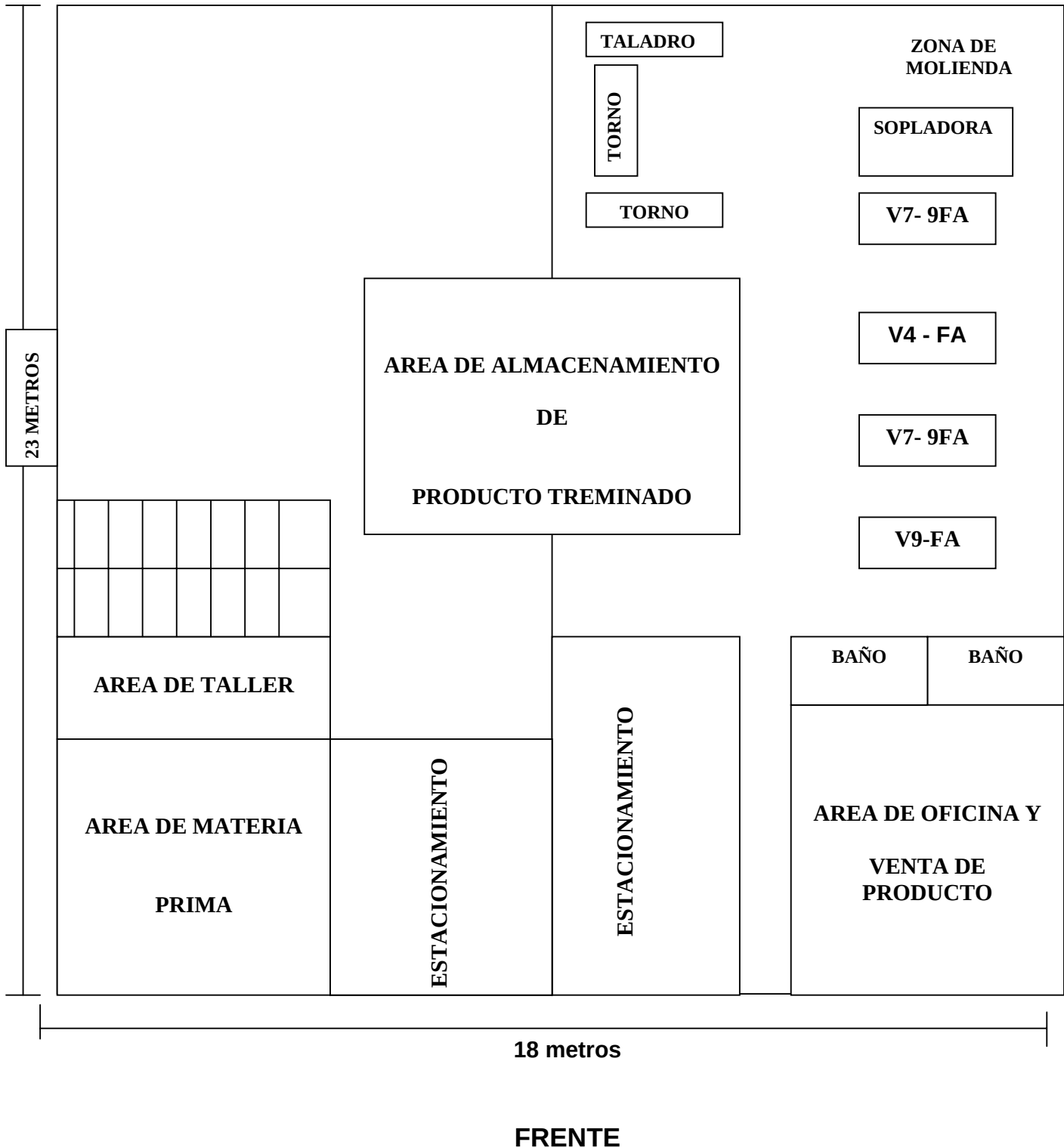
Actualmente en el 2009 PLASIV logro ventas por \$2, 173,587.00, lo que permite sostener su posición de pequeña empresa.

A continuación se presenta el estado de resultados actual de PLASIV.

TABLA 45
ESTADO DE RESULTADOS 1999 VS 2009.

	AÑO 1999 (\$)	AÑO 2009 (\$)
VENTAS POR ARTÍCULOS PLÁSTICOS	754,831	2,173,587
VENTAS POR FAB. DE MOLDES	20,234	
VENTAS TOTALES	775,065	2,173,587
Costos de Producción		
Materia prima	269,831	902,000
Energía eléctrica domestica	3,418	2,400
Energía eléctrica del taller	30,000	51,000
Seguro de los trabajadores	16,422	71,875.70
Predio y agua	1,770	1,800
Depreciación	19,900	32,000
Mano de obra	68,894	213,630
2.5% erogación del trabajo		6,000
UTILIDAD DE OPERACIÓN	364,830	892,881.30
Gastos de Venta		
Teléfono	4,287	9,600
Facturación	2,000	3,000
Gastos Administrativos		
Sueldo	33,000	108,000
Mantenimiento del auto	25,915	32880
Gasto mensual de casa	28,600	108,000
Gastos varios	12,460	45,000
UTILIDAD BRUTA	258,568	586,401.30
Impuestos	9,000	43,471.74
UTILIDAD NETA	249,568	542,929.56

8.3 DISTRIBUCION ACTUAL DE LA EMPRESA.



CONCLUSIONES AÑO 2010.

La tesis contribuyó a mi conocimiento personal en los siguientes conceptos:

- Conocer que existen directores con características de tipo operativas y otros de tipo estratégico, uno no es mejor que el otro, solo que, el estratégico posee una visión a largo plazo y el operativo a muy corto plazo.
- La imagen de una empresa es en gran medida la imagen de quien la dirige
- La metodología de la planeación estratégica no solamente puede ser aplicada en las empresa, también puede ser aplicada en la vida personal.
- Descubrir que el dirigir una empresa no es solamente realizar bien las actividades internas de la misma, sino, proyectar y conducir a la empresa a un futuro más exitoso.

Al finalizar esta tesis comprendí que la Planeación formal, en este caso la Planeación Estratégica aplicada a PLASIV realmente sí sirve como guía para que el empresario realice un diagnóstico de su empresa y en base a este desarrolle objetivos concretos y fáciles de evaluar.

Por lo tanto podemos concluir que la **Planeación Estratégica**, sí es, una herramienta que contribuye a conocer de manera objetiva una empresa y su entorno, además de enriquecer la visión de los empresarios hacia la misma.

Finalmente de acuerdo al estudio efectuado, la aplicación del PLAN DE NEGOCIOS de la Planeación Estratégica fue factible y permitió que PLASIV lograra el objetivo de ser clasificada como pequeña empresa y sostenerlo por 10 años.