

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En México, las empresas y los individuos se encuentran ante un gran reto y una gran responsabilidad. Pues hoy más que nunca las condiciones sociales y económicas los colocan en una posición delicada, que si se saben aprovechar, puede redituarse en grandes beneficios para todos en general, pero si no, puede resultar en crisis personales locales y nacionales, que los afecten severamente.

El hecho de que nuestro país se encuentre en una posición geográfica privilegiada al ser vecinos de EE.UU., de contar con un gran número de tratados comerciales, y poseer una mano de obra barata, ya no son ventajas significativas. Los países Asiáticos son cada día más fuertes y representan una seria amenaza como competencia en todas las áreas industriales y comerciales. Además, el avance de la tecnología ha acrecentado el dinamismo de los mercados, aumentando el fenómeno que se conoce como globalización, y ha vuelto al mundo en prácticamente una gran aldea local.

Todo esto lejos de asustarnos, debe impulsarnos. Pues así como se ven serias amenazas si no se hace nada, así también se visualizan grandes oportunidades para los que puedan entender todos estos fenómenos, y puedan adaptarse a ellos aprovechando las ventajas que hallen cada cual en su campo específico. Las empresas el gobierno y los individuos tienen un papel en particular en este escenario y cada uno debe realizarlo lo mejor posible para poder alcanzar el éxito colectivo. Así pues todos somos responsables, por lo tanto, se espera que la sinergia de hacer las cosas cada vez mejor impulsara o comprometerá, por inercia, a hacer lo mismo a los demás.

Con esta lógica, las empresas de cualquier tamaño deben hacer lo mejor que este a su alcance para mejorarse y ser más competitivas cada día. Apoyarse de todas las herramientas y recursos, materiales, financieros y humanos que dispongan para alcanzar sus objetivos. Analizar su situación, sus fortalezas y debilidades, sus amenazas y oportunidades, que les permitan identificar el camino a seguir para alcanzar el éxito fijado.

Siendo parte de estas acciones y como un compromiso común, se pretende, mediante esta investigación, trabajar con la empresa Hierba Real, para identificar, a través de un análisis conciso, como se encuentra ubicada en su realidad, y poder elaborar con los resultados obtenidos un plan de negocios que le apoye en alcanzar objetivos en un corto y mediano plazo.

Por ser Hierba Real una empresa ubicada en la industria de los productos naturales para consumo humano. Resulta ser un buen objeto de estudio, por las oportunidades que ofrece esta industria en particular a las empresas mexicanas. Así mismo, al ser una pequeña empresa, les permite con las técnicas y estrategias que se empleen en el desarrollo de su plan de negocios, servir como base, a la elaboración

De esta forma, reiteramos también, con esta investigación, nuestra responsabilidad como actores que somos de esta realidad; al ser profesionales de la Administración. Haciendo lo mejor que este en nuestras posibilidades para apoyar en su desarrollo y competitividad a las microempresas y pequeñas empresas, que son la base de nuestra economía y la principal fuente de empleo, siendo además las semillas fértiles de los grandes consorcios e industrias del futuro.

1.2 OBJETIVO GENERAL

El objetivo que se pretende alcanzar con esta investigación es la realización de un plan de negocios para la empresa Hierba Real ya existente, que le permita tener las herramientas adecuadas para ser más competitiva en el ámbito nacional y pueda alcanzar sus objetivos con mayor éxito.

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Replantear la misión y visión de la empresa Hierba Real.
- Realizar un análisis general de la empresa Hierba Real, identificando sus fortalezas y debilidades así como también las oportunidades y amenazas.

- Identificar la producción nacional de los principales productos manejados por la empresa Hierba Real.
- Identificar nuevos clientes para la empresa Hierba Real que le permitan ampliar su volumen de ventas en el corto y mediano plazo.
- Realizar un análisis general de la cartera de clientes actuales de Hierba real.
- Analizar la situación financiera de la empresa Hierba Real que le permita desarrollar proyecciones a mediano plazo.
- Analizar los procesos de operación de la empresa Hierba Real que le permitan identificar cuales requieren modificarse o ampliarse para que la empresa sea más eficiente.
- Identificar nuevas funciones que puedan proponerse en la empresa Hierba Real que le permitan mejorar su eficacia y su eficiencia.

1.4 JUSTIFICACIÓN

Solo las empresas organizadas, y que avancen hacia un mejoramiento continuo tendiente a la profesionalización de sus actividades, serán las que tengan éxito y permanencia sólida en el mercado globalizado que se vive actualmente. El planteamiento, desarrollo e implementación de un plan de negocios, representa una herramienta de mucha utilidad para apoyar y facilitar este fin, ya que su función es la de servir como guía que trace el camino que debe seguirse para alcanzar los objetivos planteados a los que se pretende llegar en un plazo de tiempo, plazo que generalmente es mediano (3-5 años).

Sin el apoyo de herramientas profesionales como los planes de negocio, las empresas, micro y pequeñas principalmente, poseen grandes probabilidades de no ser competitivas, y por ende ponen en riesgo su existencia propia. La esencia de un plan de negocios es la planeación, elemento esencial que requiere toda empresa para focalizar sus fuerzas y dirigir sus actividades hacia el punto a donde quiera dirigirse. Sirve también para comunicar la misión, visión y estrategias a todos los integrantes del equipo que compone la empresa; proporcionando también una referencia, para que gente externa o inversionistas

puedan materializar estas ideas, brindándoles certidumbre, que es lo que generalmente más buscan.

Por otro lado, La industria que abarca los productos naturales, esta teniendo un auge cada vez mayor. En México, se ha dado un crecimiento en la cantidad de productos naturistas para la salud, así mismo, las plantas medicinales originales de México y sus productos derivados se reconocen en la actualidad como altamente potenciales para ser comercializados a nivel nacional e internacional. Por lo tanto las empresas Mexicanas que cuentan con posibilidades de participar en este mercado y proveer de materias primas a fabricantes de productos naturistas deben estar comprometidas a proporcionar calidad y servicio para poder ser competitivas nacional e internacionalmente.

Por tal razón la empresa Hierba Real, al ser participe como empresa proveedora de plantas medicinales y aromáticas a granel, a industrias de productos naturistas, y siendo actualmente una microempresa, que no cuenta con herramientas específicas que puedan apoyarla para el reto de la globalización, ha tomado conciencia al enfrentamiento de esta situación. A sí mismo esta información ayuda a la empresa para poder anticiparse a lo que el cliente pueda exigir, así como también poder ubicarse en el alcance que este mercado pueda llegar a tener en pocos años. Demostrar que nivel de competencia hay en él y la cantidad de empresas interesadas a participar en este mercado. Por lo tanto Hierba Real ha determinado implantar un plan de negocios que la pueda guiar a sus objetivos y darle una mejor planeación a un plazo determinado.

1.5 ALCANCES

- Se realizará el plan de negocios para la empresa Hierba Real cubriendo las partes que este integra.
- Se realizará un análisis situacional que incluye el entorno externo, interno, y del cliente para la empresa Hierba Real.
- Se modificará la visión y misión de la empresa para que sean congruentes con las condiciones actuales y le permitan obtener una mejor posición en el mercado.

- Se proporcionarán estados financieros por parte de la empresa para realizar proyecciones financieras estimando el crecimiento de la empresa a través de dichas proyecciones.

1.6 LIMITACIONES

- En el plan financiero solo se harán proyecciones a 5 años.
- Para el análisis situacional se recurrirá a datos secundarios tanto internos como externos principalmente, como fuente de información.
- Se consideraran para el plan de negocios, solamente a las principales especias, plantas medicinales y aromáticas, que comercializa la empresa.
- Se pretende identificar nuevos clientes solo a través de datos secundarios.
- No se llevara a cabo el plan legal de la empresa, ya que es una empresa existente.

1.7 ORGANIZACIÓN DEL ESTUDIO

Capítulo 1

En este capítulo se expone la problemática que da origen a la investigación propuesta. Se plantea el objetivo general, los objetivos específicos así como la justificación, límites y alcances que se pretendan cubrir.

Capítulo 2

En este capítulo se presenta el marco teórico en el cual se sustenta la investigación, analizando los distintos planteamientos, y determinando la razón del que se escoge.

Capítulo 3

En este capítulo se presenta la metodología empleada en el estudio, así como la investigación de campo necesaria.

Capítulo 4

En este capítulo se exponen los resultados obtenidos en la investigación de campo, así como su interpretación.

Capítulo 5

En este capítulo se presenta el plan de negocios propuesto para la empresa Hierba Real, considerando los resultados obtenidos en la investigación.

Capítulo 6

En este capítulo se presentan las conclusiones así como las recomendaciones de la investigación.

Anexos

Aquí se incluyen todos los anexos y la bibliografía empleada en la investigación.