

Capítulo 1:

Ambiente del Problema

Capítulo 1: Ambiente del Problema

1.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

BERICA, es una empresa importadora y comercializadora de productos para el tratamiento del agua y el combustible. Cuenta desde su fundación en Italia con quince años de experiencia en Europa y seis en México. Ofreciendo equipos de alta tecnología basados en tecnología magnética para ofrecer respuestas innovadoras a los crecientes problemas del agua y el combustible.

En la búsqueda por mejorar la calidad del agua, se descubre la tecnología ya desarrollada en Egipto y perfeccionada en Europa desde hace 20 años. La tecnología magnética permite la eliminación del sarro y la prevención de corrosión y moho. Además con la misma tecnología se descubrieron nuevas aplicaciones, entre las que destacan los economizadores de combustible en vehículos y los ahorradores de gas para la combustión.

La empresa BERICA S. de R.L. de C.V., surgió en México respondiendo a una necesidad latente para incrementar la calidad del agua y reducir la cantidad de partículas generadoras de sarro y otros contaminantes. Necesidad generalmente no aceptada debido al desconocimiento de la población sobre estos problemas. De acuerdo a las pláticas que se tuvieron con el Director General de Berica, el sarro en el agua es un problema que siempre ha existido, no obstante, ha empeorado debido al uso irracional de agua potable, el crecimiento de la población, la expansión de las ciudades, la migración masiva de las zonas rurales a zonas urbanas, entre otras.

1.1.1 Misión.

Ofrecer a México Materiales de la más alta calidad y durabilidad en el tratamiento del agua y el ahorro de combustibles, y así, contribuir al desarrollo sustentable, a la excelencia de instalaciones en estos sectores y en el país, y a la calidad de vida de sus habitantes.

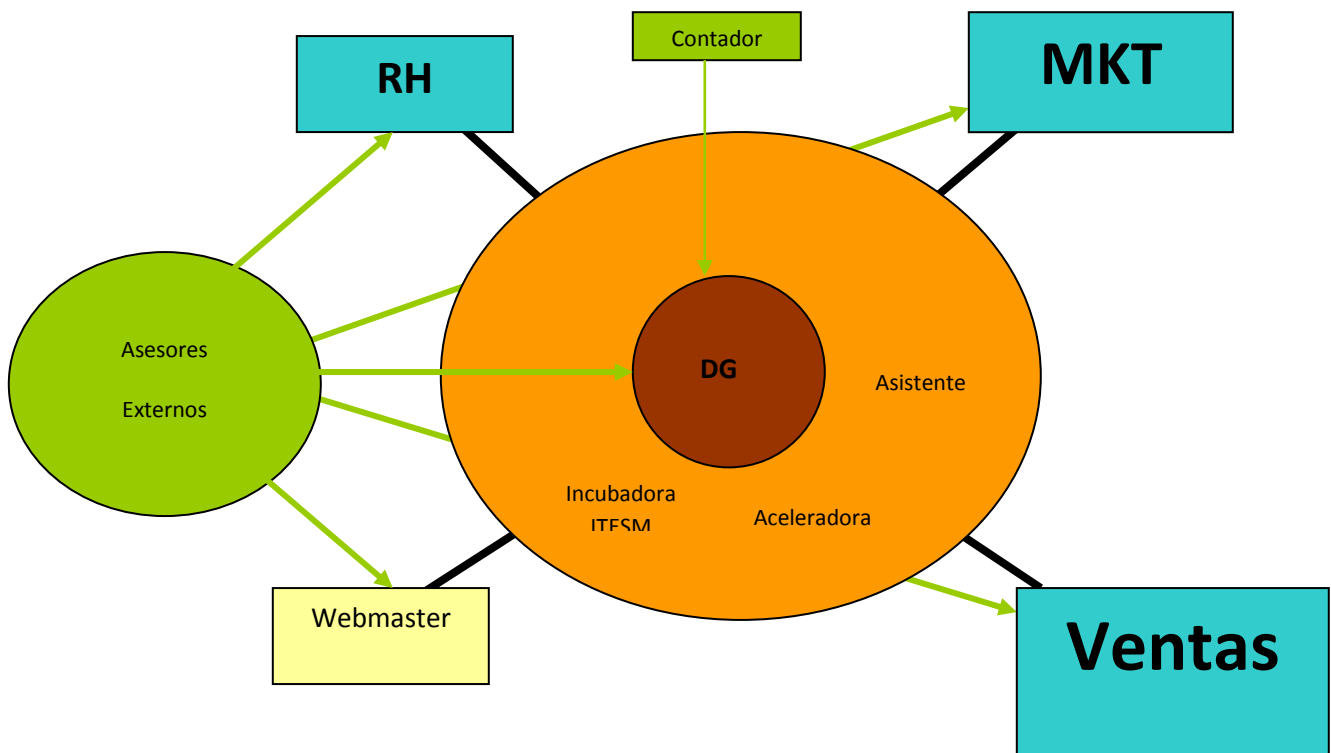
Fuente: Dirección de Recursos Humanos Berica S. de R.L. de C.V.

1.1.2 Visión.

Llegar a ser la empresa líder en importación, exportación y fabricación de equipos para el tratamiento de agua y de combustibles derivados del petróleo.

Fuente: Dirección de Recursos Humanos Berica S. de R.L. de C.V.

1.1.3 Organigrama y Organización de Puestos



Fuente: Dirección de Recursos Humanos Berica S. de R.L. de C.V.

1.1.4 Descripción de Puestos

Equipo Gerencial

- Director General (DG)

Se encarga de coordinar todos los recursos humanos de Berica. Parcial toma de decisiones. Coordinación de ventas y control de gastos. Elaboración de presupuestos. Coordinación de exposiciones, presentaciones y convenciones. Desarrollo estratégico general.

- Asistente

Facilita la comunicación entre el líder de proyecto y los sectores internos y externos de la empresa. Maneja las comunicaciones de la empresa (Teléfono, fax, email, etc.). Facturación y reportes de gastos.

Equipo Operativo

- Dirección de Mercadotecnia

Realización de investigaciones de mercado y análisis de datos. Coordinación de campañas publicitarias. Seguimiento y planeación estratégica. Relaciones públicas.

- Coordinación de Ventas

Opera las estrategias de venta conciliadas con la gerencia. Eventualmente un responsable de esta área coordina a todos los vendedores. Trabaja en paralelo con el departamento de Mercadotecnia. Relación con clientes. Servicio post-venta. Instalación de materiales.

- Recursos Humanos

Apoyo a la gerencia en manejo, reclutamiento y selección de personal. Cálculo de nóminas.

- Dirección de Finanzas

Realización de estados financieros, plantación de presupuestos y coordinación con la Dirección de Contabilidad.

- Practicantes

Apoyo a todas las divisiones. Planeación y desarrollo de proyectos específicos. Apoyo con consultoría dependiendo carrera. Trabajo directo y constante con Mercadotecnia y la Dirección General.

Apoyo Externo

- Incubadora ITESM

La empresa se encuentra en la fase de incubación. La incubadora del Tecnológico de Monterrey, en particular en el Campus Puebla, esta estrechamente vinculada con la empresa. Impulsan y orientan desde la gerencia misma el crecimiento estratégico de Berica. Ofreciendo asesorías personalizadas por parte de especialistas del Sistema ITESM a nivel nacional.

- Aceleradora ENDEAVOR

Se aplicó para participar en el proceso de selección. La oportunidad de entrar a ENDEAVOR ya que ofrece apoyo importante a través de asesores de prestigio en diferentes especialidades de negocios.

1.1.5 Objetivos de la Empresa

- Posicionar nuestros productos con una máxima participación en el mercado nacional.
- Establecer un proceso logístico de negocio, que haga llegar el producto de la mejor calidad al consumidor de la manera más eficiente posible.
- Adecuar la empresa para un desempeño excelente hacia los objetivos del negocio.
- Adecuación de la tecnología e integración gradual del proceso productivo en México.
- Desarrollo de una organización sólida y eficiente.
- Desarrollo del talento mexicano en la fabricación, ingeniería, instalación asesoría y venta de equipo.

Fuente: Dirección de Recursos Humanos Berica S. de R.L. de C.V.

1.1.6 Estrategias que Ha Perseguido la Empresa.

Actual

- Ha buscado conquistar y expandirse en los mercados nacionales con la gama de productos que ofrece.
- Ha conservado artículos de la más alta calidad en el mercado, otorgando a los clientes el producto con la mayor durabilidad y el mínimo mantenimiento, mientras cumple sus expectativas.
- Ha elaborado y operado planes anuales de mercadotecnia; promoción en ferias; seminarios nacionales; posicionamiento de estrategia de marca y ha tenido ventas en “sectores con un potencial de compra más fuerte”.

- Ha ingresado a la incubadora de negocios del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey Campus Puebla, para conseguir asesoría financiera, administrativa, contable y legal.
- Ha asistido a foros y seminarios: Bancomext y AWWA.

A Corto Plazo

- Investigación general de comercio exterior; Benchmarking y desarrollo del proceso logístico-legal de exportación.
- Publicidad estratégica en el mercado nacional.
- Búsqueda de asesoría y apoyo logístico por parte de organismos privados: COMCE y PANALPINA.

Ventajas Competitivas

Berica cuenta con una amplia gama de productos adecuados a responder diferentes necesidades, cada producto es el mejor en su línea a nivel mundial. Los equipos cuentan con la calidad de ser fabricados en Europa y las garantías que se ofrecen son de recompra a un año, contra defectos de fabricación y de servicio de un experto.

Ventajas Generales de los Productos

Los artículos de Berica S. de R.L. de C.V. comparados con productos sustitutos ofrecen ventajas como:

- No utiliza productos químicos
- Requiere poco o nulo mantenimiento
- No utiliza sales y mantenimiento

- No utiliza sales y logra mantener el nivel de este elemento en un nivel adecuado para la salud y varios procesos industriales
- El poder magnético del “Neodimio” es más alto que cualquier otro imán.
- Mayor rendimiento del 10 al 40% en línea de gas y combustible.

1.2 PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA

Todos los productos que Berica S. de R.L. de C.V. comercializa están manufacturados y certificados en Europa por proveedores que se ubican en el norte de Italia, precisamente en Vicenza. Los productos se componen esencialmente de un metal raro, llamado “Neodimio”, el cual produce una resonancia magnética misma que provoca el tratamiento del agua o combustible canalizado. Berica dispone de una amplia oferta de productos, 32 en total, distribuidos en 5 líneas: Agua Residencial, Comercial e Industrial, Economizadores de Combustible y Ahorradores de gas. En cada línea, en particular en el agua, ofrece una gama importante de productos para diferentes tamaños de tuberías y aplicaciones.

Los servicios con los que actualmente cuenta Berica son:

- Asesoría para la selección del Producto: en general, aunque la explicación del funcionamiento del equipo sea precisa, el cliente requiere de la ayuda de un consejero especializado para escoger entre los diversos artículos que la compañía ofrece.
- Entrega del Producto: dependiendo de la zona y región en la que se encuentre el comprador, la entrega es gratuita.
- Instalación del Equipo: Según el artículo adquirido y la voluntad del cliente, Berica, puede auxiliar en la colocación del producto.

- Reparación: en caso de que el equipo lo requiera, Berica ofrece cualquier reparación a los artículos dañados y tres tipos de garantías de devolución total de compra.
- Consultoría: Berica cuenta con un plan de asesoramiento para empresas que necesiten ser instruidas para el tratamiento de agua y de auxilio en la eliminación del problema con el sarro.
- Información Para el Mantenimiento.

1.2.1 Mercado Meta

Berica cuenta con un mercado potencial enorme en cada sector agua y combustibles, ya que esta sección no cuenta con un líder claro y en el cual existen muy pocos competidores directos. En cuanto a productos sustitutos existen, pero su eficiencia es reducida y los precios altos. Por otro lado la calidad del agua y diversos problemas en su abastecimiento promete ser uno de los retos mas importantes del siglo que empieza y abre la seguridad de un mercado creciente, alrededor del 16% de la población.

Los productos están dirigidos a 4 diferentes mercados, los cuales se segmentan de la siguiente forma:

1. Mercado Residencial: Familias con casa propia donde la concentración de calcio en el agua sea mayor a 150 partículas por millón.
2. Mercado Comercial: Hoteles, lavanderías, spas, gimnasios, baños públicos, restaurantes, albercas, hospitales, fuentes decorativas, laboratorios y cualquier negocio que use agua en abundancia.
3. Mercado Industrial: Usuarios de calderas, calentadores y torres de enfriamiento, etc.

4. Mercado Agrícola: Agro negocios, actividades en la siembra, producción de frutas, legumbres, ganadería, etc.

En cuanto al perfil económico-financiero del cliente de Berica s. de R.L. de C.V. debe tener un poder adquisitivo medio-alto o alto, con casa propia y enfocado a la inversión, ya que esta mentalidad influye en la decisión de compra. En términos de estratos económicos, los equipos están dirigidos son los siguientes: C+ A y B.

1.3 AMBIENTE DE NEGOCIOS

De acuerdo con el Ministerio de Hacienda del Gobierno de Chile (2007) “En particular, el abastecimiento puede ser entendido como el proceso realizado por una organización para conseguir aquellos bienes y servicios que requiere para su operación y que son producidos o prestados por terceros. Este concepto implica incorporar en la definición de proceso todas aquellas actividades que se relacionan con la compra o contratación, desde la detección de necesidades hasta la extinción de la vida útil del bien o servicio.”

Berica cuenta con un abastecimiento deficiente, ya que el obtener los bienes para su operación en este momento resulta complicado debido a la dificultad en el contacto que tiene con sus proveedores,

En un principio (al formarse la empresa), se hicieron solo dos compras fuertes de producto que fue importado de Italia. Y, tomando en cuenta, que las ventas fueron escasas por un tiempo, no se requirió la nueva compra de producto.

El problema llegó hace poco tiempo, cuando el inventario comenzó a estancarse, y la empresa tuvo la necesidad de lanzar sus existencias, para seguir teniendo liquidez y poder pagar sus cuentas.

Las ventas con el paso del tiempo se fueron haciendo más constantes, gracias a la inversión en una fuerza de ventas mayor, con personal capacitado. Gente joven que buscaba todo tipo de contactos, que como meta principal, tenía la prospección de clientes

potenciales, misma que serviría en un futuro para hacer fuertes negociaciones e instalaciones posteriores.

En la actualidad las ventas tienen como proceso según la empresa:

1. La breve explicación de la empresa y el uso de los artículos, haciendo notar el tratamiento de agua para eliminar los efectos del sarro y en la línea de combustible y gas, la generación de mayor energía.
2. Se remarca la ventaja que tienen los productos sobre los competidores, al ser estos de origen Europeo, así como la antigüedad con la que cuenta la compañía en Italia y en México.
3. Se explica el uso de la tecnología en los artículos, ya que es parte fundamental del proceso, debido a que el tratamiento de agua se efectúa por este medio. Se hace hincapié en el método implementado, también, en el máximo aprovechamiento de energía que este proceso otorga en la línea de combustible y gas.
4. Se invita al cliente para acordar una cita la cual incluye una asesoría y la presentación de los productos, obsequiando un catálogo y recaudando información para la base de datos de clientes.
5. Ya calendarizada la cita y expuesta la asesoría por parte de un experto, se incita al cliente a la compra de un equipo, explicando el precio de los artículos y de las diferentes opciones de pago con las que cuenta.
6. Dependiendo del artículo presupuestado, del interés del cliente y de la relación que el encargado de la venta tiene de los artículos en existencia en el inventario, se recurre a explicar las opciones de pago, de contado o con tarjeta observar en el inventario la disponibilidad del producto.

7. Ya tomada la decisión del cliente y luego de haber acordado la forma de pago, se realiza la entrega del equipo y el cobro del mismo.

La instalación y gastos de la misma es por parte del cliente, pero si el interesado lo requiere, Berica ofrece, de forma complementaria, un directorio de expertos en la colocación de los equipos.

1.4 CAPACITACION E INDUCCION A LA PRÁCTICA

El practicante recibe de parte de Berica una capacitación inicial para conocer los estatutos de trabajo y así poder involucrarse mejor con el producto que ofrece la empresa. En primera instancia, el practicante es involucrado en el entendimiento del proyecto, después se introduce de lleno en la plantación del mismo, para así, poder realizar la definición de estrategia de trabajo.

Otro tipo de capacitación que el practicante recibe, es la basada en la experiencia que obtiene al momento de acudir a: eventos, desayunos con temas específicos, exposiciones, pláticas comerciales y otros, programados para el mejoramiento estratégico de la compañía, siendo estos de gran utilidad y valor post-práctica.

Los practicantes tienen entre sus tareas el apoyar en proyectos de investigación de mercados, plan de negocios para exportación e importación de productos, asistencia en las exposiciones, presentaciones y convenciones, por ultimo, según el área de interés y de especialización de cada practicante, se puede diseñar un plan de trabajo con diferentes áreas para auxiliarse en la que esta ubicado, teniendo como base el apoyo de la dirección general.