
INTRODUCCIÓN.

PLASMOL es una empresa dedicada a fabricar moldes y productos para la industria del plástico desde hace 10 años.

Durante este periodo de tiempo, la empresa ha venido sufriendo cambios económicos, de organización y físicos; los cuales han sido proyectados por los dueños de la empresa basados en su experiencia, intuición, habilidad e inquietudes, sin contar con un plan o programa que regule o califique el crecimiento de la empresa.

Esto último es muy importante, por ser un medio comparativo entre lo escrito y lo realizado, de no contar con esta comparación, no se sabrá si los esfuerzos realizados para alcanzar el fin determinado son los adecuados en tiempo y forma.

Es por ello que el desarrollo de este trabajo pretende ayudar a los empresarios de PLASMOL, a lograr un nuevo reto, pasar de una microempresa a una pequeña empresa; teniendo como herramienta de apoyo a la PLANEACIÓN ESTRATÉGICA. Para llevar a cabo dicho propósito son desarrollados los siguientes capítulos.

El primer capítulo titulado, **ENTORNO ECONOMICO**, se hace un estudio y análisis del sector industrial del plástico en la actividad económica de México, además se describe la problemática del sector industrial mexicano y la forma que afecta está al desempeño de PLASMOL.

En el segundo capítulo se define lo que es y representa la **PLANEACIÓN ESTRATÉGICA** en la proyección y dirección de una empresa, así mismo se desarrollan cada uno de los puntos a seguir por la planeación estratégica, con el objetivo de conocer el método que será aplicado en la empresa.

En los **ANTECEDENTES DE LA EMPRESA**, se desarrollan los siguientes puntos:

- Historia de la empresa desde su fundación hasta 1999
- Su estructura organizacional
- Descripción de las dos tipos negocios con los que cuenta la empresa
- Descripción de los principales productos de la empresa
- Sistema, tipo y modelo de producción que tiene

Todo lo anterior se realizó con el propósito de contar con un panorama general de PLASMOL.

En el cuarto capítulo se describe la aplicación de algunos puntos de la metodología de la planeación estratégica en el negocio de artículos plásticos, donde se realiza un análisis de la situación actual de este negocio de manera objetiva, identificando características internas y externas que fortalecen, debilitan, amenazan o crean oportunidades en las actividades efectuadas por este negocio y el medio ambiente que le rodea.

Por su parte este capítulo también comprende la identificación de todos los factores positivos encontrados en la fabricación de artículos plásticos, efectuando una evaluación comparativa entre las fuerzas y oportunidades identificadas con el propósito de establecer si el negocio puede considerarse estable, esto es, si los empresarios tienen el control del negocio ó si es vulnerable, es decir, el medio ambiente es quién determina el rumbo a seguir del negocio.

Al igual que en el negocio de artículos plásticos se realiza las mismas actividades para el negocio de fabricación de moldes creando de esta manera el quinto capítulo

El capítulo sexto comprende los objetivos, paradigmas, estrategias y un plan de negocios basados en la información de los capítulos cuarto y quinto desarrollados en este documento; con el único propósito de ayudar a los empresarios de PLASMOL a lograr en un período de tiempo determinado ser una pequeña empresa.

El séptimo capítulo trata de justificar desde el punto de vista financiero la factibilidad de la Planeación Estratégica, a través de los estados de resultados actuales (1998 y 1999) y proforma (2000, 2001 y 2002).

En el octavo capítulo se mencionan los logros obtenidos a 10 años por los empresarios al haber aplicado la planeación estratégica en su empresa.