INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto tiene por objeto justificar la Implementación de procesos administrativos, financieros y Plan de Marketing para la empresa SP LOGISTIC S.A., ya que uno de los grandes inconvenientes que tiene la empresa es su falta de enfoque en el negocio; como consecuencia de esto, se tienen ciertas falencias, como el hecho de que no se hayan especializado en un tipo de cliente o un tipo de producto o servicio, dejando así de percibir beneficios económicos.

Esto implica que la compañía no pueda aprovechar las diversas oportunidades de mercado como: posicionarse y diferenciarse en un mercado objetivo; así como tampoco, que se tenga un crecimiento constante en el negocio. Más bien, se mantuvo la estrategia de aprovechar cualquier oportunidad de negocio que se le presente, lo cual no resultó desfavorable ya que se consiguieron beneficios económicos, pero la gerencia entendió que éste no sería el camino más conveniente para un crecimiento sostenido tanto a corto como a largo plazo.

Por este motivo la empresa Servicios Petroleros y Logísticos S.A., la misma que se dedica a la consolidación de carga, trámites aduaneros, abastecimiento de insumos en general y alquiler de equipos, ha reconocido la necesidad de evaluar este proyecto para que forme parte esencial del crecimiento de su empresa; además la gerencia tiene la firme convicción de querer alcanzar los objetivos propuestos, disponiendo de los recursos a su alcance y asignando responsabilidades apropiadas para que se puedan cumplir cada uno de ellos.

Lo que se propone, es un cambio de fondo y forma en ciertas áreas de la empresa, tanto en la estructura organizativa como en la estructura financiera. Esto permitirá tener una visión clara de los objetivos que se plantea la empresa y la consecución de los mismos, con lo cual el personal será más responsable en sus funciones asignadas, apoyándose en métodos y técnicas que les permita realizar decisiones inmediatas.

RESUMEN

El proyecto Implementación de Procesos Administrativos, Financieros y Plan de Marketing para la empresa SP Logistic S.A., surgió de la necesidad de buscar una solución ante el problema que enfrentaba el negocio, el cual era la falta de enfoque en el mercado que compite.

Debido a su amplia constitución, la empresa trataba de abarcar diferentes mercados (construcción, petrolero, ambiental, camaronero, etc.); sin embargo no tenia una visión clara en lo que realmente se iba a dedicar.

Después de considerar la situación actual y haber realizado un estudio de mercado para analizar las diferentes variables en cuanto al sector industrial y de la construcción, mercado objetivo de la empresa, se llegó a la conclusión de que ésta podría obtener mayores rentabilidades enfocándose a un mercado específico.

Luego, con toda la información obtenida, se elaboró un plan para redefinir estratégicamente la empresa, y se diseñaron planes de acción que aseguren el éxito de nuestro proyecto utilizando estrategias realistas y alcanzables.

Finalmente se realizó un análisis financiero para determinar la factibilidad económica del mismo, y como última etapa se mostraron conclusiones y recomendaciones finales para el proyecto.

Para lograr estos objetivos, este proyecto primero determinó las variables de interés, analizó a la empresa, tanto interna como externamente, y por último realizó una investigación de campo.