

PLAN ESTRATÉGICO PARA UN EMPRESA PROCESADORA DE ACEITUNAS

El presente trabajo es realizado por Emilio José Ahumada, estudiante de La Licenciatura en Administración de Empresas de la Universidad Empresarial Siglo 21.

La empresa sobre la cual se desarrolla el mismo es una Pyme familiar que opera en el mercado hace más de diez años, está situada en la ciudad de Cruz del Eje, en el Noroeste de la Pcia. de Córdoba y tiene por actividad el procesamiento, envasado y venta de aceitunas en conserva. A las dos primeras actividades las realiza en Cruz del Eje, mientras que a la tercera en el sector de las pequeñas distribuidoras de Córdoba Capital.

La empresa comenzó operar allá por el año 1993; con el correr de los años alcanzó importantes volúmenes de producción, los cuales fueron decayendo luego como consecuencia de una falta de planificación sobre los rumbos de la empresa.

La empresa no fue capaz de fijar objetivos claros, tomar decisiones estratégicas ni realizar acciones coherentes para una sana continuidad que le permitiera crecer con el tiempo. Todo esto llevó a que se produjera una desinversión que se reflejó principalmente en la cantidad de toneladas de aceitunas de procesamiento propio.

Desde hace cuatro años aproximadamente la empresa comenzó a contactar nuevos clientes, producto de la decisión del dueño de la empresa de concentrarse en el negocio de la aceituna y los cambios en las condiciones económicas, como la variación en la tendencia de consumo, que produjo que adquirieran mayor importancia en el mercado bocas de expendio minoristas como despensas, mini super y almacenes, frente a las cadenas de supermercados e hipermercados. Esto hizo que las pequeñas distribuidoras, donde se abastecen despensas y demás, vieran un repunte en sus ventas y por ende sus proveedores.

Esta conjunción de factores, sumado al interés del autor de este trabajo sobre el tipo de empresa y producto que comercializa la misma, desembocaron en la imperiosa necesidad de desarrollar, desde una perspectiva directiva, un plan estratégico para la consolidación de la empresa.

Es por ello que a través del presente se intenta establecer cuales son las condiciones del mercado y si la empresa puede hacer frente a éste con la estructura que posee, mediante un análisis externo de la situación del país y del sector y de un análisis interno de las condiciones de la empresa.

Luego, con el uso de la matriz FODA como herramienta de diagnóstico, y con el precedente del análisis externo e interno de la empresa, se busca conocer la situación actual de la misma y sentar las bases para la toma de decisiones estratégicas.

Finalmente y siempre desde una perspectiva directiva, se lleva a cabo la propuesta estratégica que mejor se adapta a la empresa, que consiste en presentar los objetivos, estrategias y planes de acción que debe seguir la misma para encaminarse en una proceso de planificación que la conduzca a lograr una consolidación sustentable en el mercado.