

La pirujería - Planeación estratégica y operativa

David Gabriel Corzo Mcmath

2020/04/14

1. La pirujería

1.1. FODA

Fortalezas: <ul style="list-style-type: none">■ Capacidad sobresaliente de crecer y expandirse.■ Parametrizan muy bien el riesgo e implementan medidas correctas para sustraerlo.■ El mantenimiento de ciertos procesos es rutinario y preventivo.■ Entregan con precisión y eso caracteriza su estrategia.	Oportunidades: <ul style="list-style-type: none">■ Nuevos mercados de expansión.■ Tecnificar la producción de pirujos.■ Apertura de nuevas franquicias.■ Tendrán una licitación.
Debilidades: <ul style="list-style-type: none">■ No tienen una forma de proceder si el precio de la harina y el aceite suben.■ No cuentan aún con una planeación por escrito.	Amenazas: <ul style="list-style-type: none">■ Precio de la harina en aumento.■ Precio del aceite en aumento.■ Ajuste salarial que que entró en vigencia en enero 2020.

1.2. Valores

Valores de la pirujería:

- Preservar la receta: Promulgar la receta auténtica guatemalteca de pirujos.
- Precisión: Entregar producto con precisión en la entrega.
- Expansión: abrir nuevas franquicias.
- Calidad: producir pirujos de calidad con recetas auténticas guatemaltecas.

1.2.1. Misión y visión

- **Misión:** “Llegar a todos los rincones de Guatemala, para que se conozcan sus deliciosos pirujos como un producto autentico guatemalteco y único en su categoría.”
 - ¿Quiénes somos?
 - Una empresa que se compromete con sus clientes a brindar priujos de alta calidad con servicios altamente precisos en su operación.
 - ¿Cuál es la promesa de servicio?
 - Precisión en la entrega y calidad en el producto.

- ¿Qué ofrecemos que nos hace únicos?
 - Un producto autentico guatemalteco y único en su categoría.
- ¿Quiénes son nuestros clientes?
 - Personas interesadas en el consumo de pirujos de calidad.
- **Visión: “Lograr expandirnos por medio de franquicias y proveyendo productos de calidad a través de ellas”.**
 - ¿Hacia dónde vamos?
 - Vamos a expandir nuestras tiendas por medio de franquicias para que más personas puedan degustar pirujo de calidad.
 - ¿En qué queremos ser un referente?
 - Calidad, crecimiento, servicio.
 - ¿Cómo nos vemos en el futuro?
 - Expandidos por muchos rincones de Guatemala.
 - ¿Cuál será nuestro legado?
 - Nuestra receta y producto de calidad que la gente haya crecido a amar con forme el tiempo transcurra.

1.3. Estrategia global de competencia

Estrategia global de competencia	Justificación
Liderazgo en costos: Excelencia operativa	Dado al hecho que se mantiene muy bien la maquinaria, y se intenta implementar nuevos sistemas y equipos capaces de producir más eficientemente la estrategia global de competencia es la de esta empresa.

2. Plazos de la planeación estratégica

Plazo	Criterios	Justificación	Objetivos globales
Corto plazo (1 año):	Velocidad de cambio en la tecnología	Dado a que por mecanismos de seguridad y de sustracción de riesgo la empresa debe abrir una nueva franquicia cada por año, debe poder recuperar las inversiones para poder realizar eso.	Objetivo: minimizar el riesgo y aumentar la velocidad de expansión para el 31 de diciembre de 2021.
Mediano plazo (5 año):	Barreras de entrada a nuevos mercados	Se intenta abrir una tienda cada año, las barreras de entrada al mercado pueden ser un gran problema si se llegasen a complicar, es por eso que se tiene que considerar en la planeación.	Objetivo: tener un sistema de expansión que por lo menos le permita abrir una tienda más anualmente para el 31 de diciembre de 2021.
Largo plazo (10 año):	Periodo fiscal	Eventualmente conforme nuevos gobiernos vayan tomando posesión del poder se tendrán problemas fiscales, es correcto planear para tal escenario.	Objetivo: Expandirse a tener una nueva planta de producción en Costa Rica para febrero 2021 y tener suficiente presencia en la región.

3. Fuerzas competitivas de Michael Porter

1. Proveedores: Muchos proveedores en el mercado además la mayoría brinda muy buena calidad de materia prima.

2. Productos sustitutos actuales: Sustitutos de pan claro que hay, pero la pirujería tiene recetas diferentes y por ende no es del todo igual a sus competidores en términos de calidad.
3. Clientes: La demanda de pirujos diarios es de 15,000 es una vasta cantidad de producto que los clientes demandan y el mercado es vasto y grande.
4. Nuevos entrantes: No hay muchos nuevos entrantes al mercado por que es muy competitivo.
5. Competencia en el mercado: Es un mercado competitivo por que es competencia entre bienes esenciales o básicos, por consiguiente tiende a haber más competencia.

4. Áreas clave de la empresa

Áreas clave	Core / Soporte	Descripción y justificación	Alineación con objetivos globales
Costos y finanzas	Core	El mercado en el que están es sumamente competitivo es por eso que se tiene que tener un liderazgo en costos y recuperación de inversiones para poder mantener la empresa a flote.	Objetivo global: abrir una nueva planta de producción en Costa Rica para Febrero 2021 & tener suficiente presencia en la región.
Maquinaria y mantenimiento	Core	El mantenimiento de sus máquinas y la modernización de las mismas ha sido un área medular en toda esta operación, sin este tipo de reinversiones no se pudiese tener la constante actualización de máquinas en la empresa y como consecuencia se tendría que tener menos producción.	Objetivo global: renovación del equipo para febrero del 2021.
Calidad en el producto y entrega precisa	Core	Tener congruencia entre lo que se vende y lo que se ofrece es fundamental para una organización	Objetivo global: Expandir operación de una franquicia más anual para el 31 de diciembre de 2020.
Gestión de talento	Soporte	Tener a gente con cultura organizacional y cultura ganadora es importante para poder tener una organización en crecimiento. Es por eso que se tiene que tener una buena gestión de talento.	Objetivo: minimizar el riesgo y aumentar la velocidad de expansión para el 31 de diciembre de 2020

5. Áreas clave, estrategias menores y tácticas

Áreas clave	Objetivos Globales	Estrategia menor	Estrategia táctica
Maquinaria y mantenimiento	La renovación del equipo también esperan abrir una nueva planta de producción en Costa Rica para Febrero 2021	Por medio de capital ahorrado se intentará garantizar el logro de los objetivos de renovación de equipo, comprando nuevos equipos y restaurando los preexistentes cuando sea necesario utilizando re-inversiones de los accionistas.	Por medio de considerar nuevas participaciones a los accionistas tener incentivos a conseguir el capital para poder invertir en nuevas tecnologías que puedan maximizar la producción de la empresa de la manera más eficiente posible.

Costos y finanzas	Este sistema de expansión les ha permitido minimizar el riesgo y aumentar la velocidad de expansión, pues han ido abriendo 1 franquicia por año durante los últimos 5 años y desean seguir haciéndolo de ésta forma para no correr riesgos, aumentar la expansión por una franquicia más para el 31 de diciembre de 2020.	Aumentar las ventas ofreciendo un incentivo de remuneración por buen trabajo, para aumentar la productividad se debe remunerar correctamente el trabajo de los empleados.	Tener un sistema de premiación individual y colectivo que consistan individualmente dar incentivos a trabajar en equipo al igual que individualmente, según califique el trabajo por hacer, estos incentivos serán comisiones pagadas al fin de mes. Tener instituido esto para el 31 de diciembre del 2020.
Calidad en el producto y entrega precisa	Poder llegar a todos los rincones de Guatemala, para el 31 de diciembre de 2021 poder expandirse no sólo a Guatemala si no que a Costa Rica también.	Poder gestionar con proveedores y franquicias en el extranjero para gestionar exportaciones y movimiento fuera del país.	Por medio de estas nuevas posibles alianzas estratégicas establecer una amplia red de distribución pertinente a cada país para así poder expandirse a lo largo de Centro América a lo largo de los próximos 5 años
Gestión de talento	Tener suficiente presencia en la región para febrero de 2021.	Lograr por medio de alianzas estratégicas tener mayor presencia en la región con capital invertido de los inversionistas.	Por medio de capital de los inversionistas lograr implementar una red de tiendas en la región de Costa Rica promocionandonos con el uso de la publicidad y de promoción.

6. Fuentes de investigación

1. <https://elperiodico.com.gt/opinion/2018/09/27/pan-y-tortilla/>
2. http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/06/06_2243.pdf
3. <https://www.cmimolinosmodernos.com/blog-de-molinos-modernos/nuevas-tendencias-de-panificaci%C3%B3n>