



PUNTOS CLAVE DE SUPERVIVENCIA DE LA PORCICULTURA ACTUAL -LA VISION MEXICANA-

Alberto Alfonso N.
Kekén. Mérida, Yucatán.

Introducción.

Podríamos comenzar definiendo como Supervivencia “el arte que nos enseña a sobrevivir en situaciones extremas o ante cualquier necesidad especial”. He pensado sobre esto por varios días tratando de analizar cuáles son las cualidades que debe tener un negocio porcícola mexicano exitoso, para poder triunfar en momentos en que hay una crisis mundial y sobre la que hay que actuar ya, sin perder tiempo. En un entorno comercial cambiante y con perspectivas desafiantes a futuro, no basta con pensar que siendo eficientes podremos sobrevivir. Es claro que aun las empresas o granjas eficientes sufren de los embates de altos precios de los granos, bajas en precio de venta ó situaciones que impactan en el consumo.

Muchos consultores han resuelto este dilema económico considerando a la cooperación como una estrategia más de competición, a la que podríamos bautizar como “la unión hace la fuerza”. Para algunos, esto podría significar que la presión económica no solamente actuaría a nivel del individuo sino también a nivel de grupo, por lo que los miembros de un grupo cooperarían entre sí para competir con otros grupos.

Pero en el caso de la porcicultura mexicana, la situación requiere un análisis más profundo, ya que a lo largo del territorio nacional existe una gama muy diversa de tamaños de granjas, tipos de administración, eficiencias, formas de comercialización, mercados, fuentes de insumos, etc., etc.

Con esta presentación no pretendo, ni puedo, dictar las claves secretas para tener éxito en tiempos en el que, el entorno económico mundial, y las situaciones particulares a las que nos hemos enfrentado en los últimos meses y años, han retado de manera importante nuestros negocios. Mi intención es compartir algunas ideas y puntos de vista sobre cómo una empresa porcícola debiera enfrentar el futuro.

Temas.

Son 2 los conceptos clave que a mi juicio engloban el destino que debiera seguir la porcicultura:

- 1. INTEGRACION**
- 2. INNOVACION**

Algunos temas a ser abordados en la presentación son:

a) Ser Institucional

Una empresa institucional es aquella que busca siempre mejorar sus niveles de competitividad interna y externa, que tiene a la mejor gente, los mejores procesos y que las decisiones se toman en pro del beneficio de la empresa. Son empresas que buscan crecer y consolidarse, que buscan más rentabilidad, más utilidades, que tienen un compromiso social, que constantemente están innovando.

- Construir y seguir un presupuesto
- Comunicación formal
- Transparentar la información
- Finanzas ordenadas y disciplinadas
- Cumplir compromisos legales
- Procesos
- Sustentable financiera, social y ambientalmente.

b) Contar con un Plan de Negocios



Según datos de la Organización Mundial de Comercio 94% de las empresas que arrancan un negocio sin contar con un Plan de Negocios están condenadas al fracaso. ¿Porqué en pleno siglo XXI aun existen granjas o “empresas” que no tienen un Plan de Negocios?

- Visualizar posibles escenarios
- Conjuntar ideas
- Trazar un plan y dar seguimiento

c) Crear valor

¿Qué opciones podemos pensar para un porcicultor con 800 vientres, en una granja de 30 años, comprando alimento comercial y vendiendo en pie?

- Eficiencias
- Subirse a una cadena de valor
- Acceso a la tecnología

d) Recurso Humano

En la actualidad se habla de personas, motivación, talento, conocimiento, creatividad... Se considera que el factor clave de la organización son las personas ya que en éstas reside el conocimiento y la creatividad.

- Retener el talento
- Supervisión, supervisión, supervisión
- Retos

Conclusiones.

Es tiempo ya de profesionalizar nuestros negocios, de salir de la zona de confort, de crear nosotros mismos las oportunidades, de poner todos nuestros talentos en la mesa y comenzar a diseñar un sólido futuro, construido con bases que soporten esta y las nuevas crisis que seguramente vendrán.

Mantengamos un enfoque simple a nuestro proceso y la información generada, pues la producción porcina no es tan complicada. El exceso de información puede conducirnos a la toma de decisiones erróneas.

Hagamos saber a los empleados el valor que su trabajo tiene para alcanzar las metas establecidas. Ellos son los responsables de implementar los planes creados por la compañía.

En tiempos malos siempre existirán oportunidades para aquellos que se sienten a pensar en cómo, inteligentemente, ser innovadores en sus prácticas comerciales para así captar clientes que no hubiesen llegado si no se hubiesen identificado nuevas maneras de servirles. Aquellos que aceptan el cambio, que modifican la forma de hacer negocios, con el cliente en mente, y que buscan la forma de llenar las necesidades que los competidores no satisfacen, son los que van a ser exitosos.

¿Cómo esperamos que nuestra situación cambie si seguimos haciendo lo mismo? En estos tiempos difíciles, los innovadores le va a quitar el negocio a aquellos que no quieren cambiar, a aquellos que van a seguir haciendo las cosas como se hacían antes, a aquellos que no se han dado cuenta que el negocio de la porcicultura nunca será igual.