



PROPOSICIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIO PARA UNA EMPRESA DEL SECTOR PLÁSTICO, QUE PERMITA POSICIONARLA EN EL MERCADO

CRISTIAN HERNÁNDEZ SEPÚLVEDA

INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN ADMINISTRACIÓN

RESUMEN

El presente trabajo tiene como finalidad proponer una estrategia de negocio para una pequeña Empresa elaboradora de productos plásticos, la cual compete dentro de la industria del plástico, con artículos desarrollados a través del proceso de inyección, especialmente con productos para otras empresas.

El estudio se desarrolla apoyado por el método de planificación estratégica expuesto por Hax y Majluf, el cual consiste en cuatro etapas:

La primera etapa consiste en poseer un amplio conocimiento de la Empresa, de tal forma que permita conocer su propósito y razón de ser, su ámbito de desarrollo y como desea ser vista.

La segunda etapa es un análisis externo, segmentando la industria de modo que pueda establecer el segmento competitivo de la empresa, de tal forma que permita detectar las Oportunidades y Amenazas.

La tercera etapa consiste en identificar las fortalezas y debilidades de la empresa con relación a su principal competidor.

La cuarta etapa consiste en generar una estrategia de negocio apropiada para la empresa, de manera que permita enfrentar su situación actual, de tal forma que permita generar planes de acción para la permanencia en la industria y proyectarse en el largo plazo.

De las propuestas desarrolladas, fue factible considerar la aplicación de una estrategia de concentración basada en la diferenciación de productos, dado que en general sus productos se caracterizan por ser reconocidos como únicos por los clientes pertenecientes a los nichos de mercado que satisface.

Adicionalmente los planes de acción establecidos fueron apoyados por planes específicos de acción, de modo que permita establecer una mejor posición a la empresa y proyectar su permanencia en la industria de mejor forma.