



COMUNICACION

GESTIÓN DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS. INCORPORACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS.

**Carmelo Batista González
Ingeniero Técnico Agrícola
Director General de Platania**

1. INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la era global nos está llevando a cambiar el entorno y gestión de la empresa en el ámbito de sus relaciones, tanto dentro como fuera de la misma y asimismo, sus estrategias de cuotas de mercado o captura de nuevas “relaciones estratégicas” (léase anteriormente “acaparar cuota de mercado o eliminar “enemigos”).

Por lo tanto las empresas hortofrutícolas deberán adaptar sus modelos de gestión de modelos internos y cerrados, a modelos externos y transparentes. Esta es una dinámica que no tiene punto de retorno y que el resto de sectores de la sociedad, sobre todo el sector servicios, sector terciario, es el primero que ya apunta maneras a modo de fusiones o nuevas “relaciones estratégicas”, transparencias en sus Consejos de Administración y sistemas contables y financieros, y todo, con el objetivo de consolidar sus mercados para posteriormente sobre bases lógicas crecer y, para esto, tratan de consolidar la confianza tanto de proveedores como de clientes, actuales como potenciales.

Con este comunicado se pretende estimular al sector hortofrutícola Español, principalmente al comercializador, para que vaya dando pasos de futuro y consolide el pilar básico en la economía de las naciones, como es el sector primario, sobre el que descansa la estabilidad de su sistema político. A partir de este punto, será el sector productor el que sea arrastrado por este nuevo concepto de gestión.

La “herramienta” para alcanzar todos estos objetivos, es el conocimiento y desarrollo de las Nuevas Tecnologías en el entorno de la empresa, basadas sobre el empleo de INTERNET en las relaciones empresariales. Apreciaremos, si disponemos o desarrollamos de un modelo eficiente, como contribuiremos al control y mejora de los costes de la calidad en todos los procesos inherentes a la empresa, internos y externos, y a disminuir los costes de no-calidad en los mismos.

2. CONCEPTO TRADICIONAL DE MODELO DE GESTIÓN DE EMPRESA COMERCIALIZADORA.

Hasta la fecha actual, las empresas hortofrutícolas basan sus modelos de gestión en modelos internos y piramidales, de tal forma que la información es interna y fluye de arriba a abajo, tras su análisis y toma de decisión. En el sector hortofrutícola, de forma usual, por lo perecedero de sus producciones, hay que estar tomando determinaciones puntuales en todos sus procesos: productivos, de recolección, de manipulación o transformación industrial, logísticos, comerciales y objetivos económicos; por lo que disponer de información analítica y trazable nos permitirá la toma de decisiones en base de apreciaciones cuantitativas y no de “dolor de tripa”.

El disponer de un sistema de calidad conforme a una ISO 9001:2000, no es óbice de fluidez de información en el interior de la empresa, nos garantiza que disponemos de un sistema donde tenemos controlada la línea base o de partida que nos ofrece, siempre que haya sido rigurosamente implantado, la supervivencia actual de la empresa y sobre esta, basaremos los planes de mejora que la consolidarán día a día.

Asimismo, el cambio de hábito de consumo en los países desarrollados, tanto por la ubicación de los mismos como por la tendencia del mercado, al existir una mayor incorporación al mercado laboral de ambos sexos e incrementarse la sociedad del ocio en todos sus niveles, nos obligará a evolucionar los conceptos empresariales de este sector pasando de monosectores de gestión comercial segmentados o muy segmentados a nuevos niveles de “relaciones estratégicas” donde por ejemplo vinos, tomates, plátanos,....., compartan una misma plataforma logística de gestión comercial fluida. Esto permitirá que productor y consumidor prácticamente estén en contacto y obligará al cambio de las estrategias de marketing, para mantener actualizada la información tanto para los “clientes internos como externos” de la evolución de la sociedad.

3. LA EMPRESA HORTOFRUTÍCOLA GLOBAL.

Este nuevo modelo empresarial hará que la información fluya tanto dentro como fuera de la misma, al tiempo que genera, será analítica, y aplicará modelos estadísticos que darán información, al mismo tiempo que son cargados los datos para la toma de decisiones, basándose en apreciaciones cualitativas analizadas estadísticamente.

El modelo de gestión piramidal se invertirá haciendo que la dirección esté al servicio de todos para que los flujos de información estén disponibles para todas y cada una de las personas que participan en los procesos, tanto tomen decisiones estratégicas o no, para mantener la adecuada transparencia y por lo tanto la garantía del mismo. El productor participará activamente o pasivamente por decisión propia, porque dispondrá de información puntual de todo el proceso en cualquier momento, asimismo el cliente final conocerá como evoluciona económica y administrativamente y, que hace la empresa por preservar sus hábitos alimenticios y de salud. Asimismo las estrategias de marketing evolucionarán con el desarrollo de la empresa y serán tanto para los clientes internos como externos, así como para el fomento de las “relaciones estratégicas”

Y todo esto lo logrará con una empresa ecológicamente más compatible con el medio ambiente, puesto que el papel morirá, la información caminará dentro de la red y estará disponible para todos desde el momento en que sea cargada al sistema, que será en cada punto en que se genere.

4. LA HERRAMIENTA DE DESARROLLO: INTERNET.

La herramienta que permitirá adecuar el modelo de gestión de la empresa hortofrutícola con el concepto de globalidad, tendrá que interactuar en INTERNET, ¿La razón? INTERNET cada día está al alcance de más niveles poblacionales, como ejemplo que saltó ayer (17 de Junio de 2002) a los medios de comunicación, actualmente en la India se ha desarrollado un PC para pobres con un bajo coste de adquisición operando sobre el sistema operativo LINUX (gratuito en la red) que facilitará el acceso de poblaciones rurales remotas a la cultura de la información que incluirá el acceso a los precios agrícolas de sus producciones. Asimismo la liberación de los mercados tecnológicos hará que esta tecnología sea cada día más rápida y más barata.

Por lo tanto la empresa global desarrollará su modelo de gestión en INTERNET. Hoy la empresa, en su mayoría, está presente por el uso del correo electrónico, que está dejando atrás al fax, el uso de mensajes cortos a móviles, el desarrollo de un portal con información estática y algunas apuntan al futuro con el desarrollo de una INTRANET corporativa, para que fluya la información interior.

La tercera vía de INTERNET que pronostican los grandes visionarios de este sector, hablan de una EXTRANET o plataforma donde accionistas, proveedores, distribuidores y clientes accedan a una información estadísticamente tratada y personalizada que les permitan la toma de decisiones sobre datos analíticos y acceso a un PORTAL, desarrollado sobre la misma, donde se facilite toda aquella información que acerque las “relaciones estratégicas” con otros productos, productores o clientes, tanto nacionales como de otras procedencias para establecer una amplia base de oferta que garantice la salud del consumidor, sus necesidades, un precio adecuado por el producto que permita unos beneficios lógicos tanto de la cadena productiva como la de distribución.

Para garantizar este modelo, hay que incorporar el Sistema de Calidad que permita obtener la información adecuada para adoptar los planes evolutivos de mejora de la Calidad. Hoy se dispone de herramientas de medición de los procesos de mejora impregnadas de la filosofía ISO 9001:2000 como es el modelo SIGMA SEIS que a su vez se apoya en un proceso de formación por el cambio que a su vez está integrado dentro de la EXTRANET.

Desde Canarias aportamos al modelo de Gestión de la Comercialización de productos Hortofrutícola Español, no ya herramientas de desarrollo, sino amplios procesos de gestión ya desarrollados en la red que han sido elaborados e implantados por un equipo multidisciplinar, nacional, usando tecnologías de desarrollo universal sin tener que usar plataformas foráneas de gestión ya creadas y de complicada adaptación y uso. www.platania.es es un modelo creado para la gestión de comercialización del Plátano Canario pero pensado y desarrollado para el sector hortofrutícola Español como plataforma o, como modelo de desarrollo de otras estrategias empresariales, que favorezcan la competitividad.