

LABORATORIO PLANEACION ESTRATEGICA EL EXTERMINADOR

La empresa EL EXTERMINADOR se formo cuando las líneas de varias empresas formaron un consorcio a finales de la década de los 50, la competencia se hizo muy fuerte y dio como resultado la pérdida de participación en el mercado, el deterioro del servicio y una menor rentabilidad, como la partida de los RR HH. El ambiente externo se distinguía por los altos precios del combustible y los crecientes costos, una disminución de la demanda de servicios y la guerra de los precios, como la carga tributaria, asimismo, el deseo de empresarios y turistas de viajar a otros continentes.

Para tomar decisiones inteligentes es necesario que todos los empleados del consorcio estén informados. El Gerente General dedico gran cantidad de tiempo a comunicar las metas y las estrategias en forma tal que fueran comprensibles para todos sus empleados, gerentes y no gerentes. Por ejemplo, una de las acciones que se tomo que su servicio se identifique como lo ideal para el hombre de negocios, con servicio mejorado, vuelos a tiempo, buena comida y comodidad. Por otro lado da importancia al turista, al que se ofrece tarifas mas bajas y mejor servicio, tarifas bajas, descuentos en el precio por pago de contado, descuentos compra de tres o más boletos, además el pago de contado en varios pagos.

Retroalimenta el gerente que ellos tienen la razón de ser de brindar servicio de transporte aéreo a hombres de negocios y familias, dentro del área centro americana de la mejor calidad y al mejor precio, esperando que con lo planteado la empresa pueda situarse como a líder del servicio que presta a nivel de centro América y el Caribe para el año 2015. Dentro de los recursos proyectados que necesita para operar se encuentran humanos Q. 50,000.00, materiales Q. 25,000.00, equipos de transporte Q. 500,000.00, servicios básicos Q. 5,000.00, gastos imprevistos Q. 5,000.00, para lo cual elabora el reporte de actividades a desarrollar cronológicamente así, julio publicidad, agosto adquisición de los recursos, septiembre evolución del avance de lo planteado en las políticas y estrategias, octubre consolidación de lo planteado, noviembre modificación a ajuste, diciembre cierre del ejercicio fiscal.

Para lo cual se le pide, formule un diagnostico situacional de la empresa

1. Diagnostico Situacional
2. La Misión
3. La Visión
4. Las estrategias
5. Las políticas de ventas y mercado
6. El presupuesto
7. El programa o plan de actividades
8. Políticas
9. Metas