

rentes tipos de empresas analizadas (autónomos, pymes, cooperativas de primero y de segundo grado), y los objetivos que debieran marcarse a corto y medio plazo para alcanzar los objetivos estratégicos y, en consecuencia, el objetivo final de contar con una rentabilidad que garantice su supervivencia.

#### Objetivo final

La formulación del objetivo final para pymes y cooperativas agroalimentarias coincidiría con el de muchos otros sectores de la actividad empresarial: "Alcanzar y/o consolidar la rentabilidad de las explotaciones agroalimentarias que garantice su supervivencia a largo plazo".

La realidad actual de la industria agroalimentaria es un ejemplo más de lo que está ocurriendo en muchas industrias y mercados en todo el mundo: los mercados se han globalizado y se podría decir que prácticamente no existen fronteras,

aumenta progresivamente la competencia y se reduce el número de operadores. Dentro de este panorama competitivo, entre las empresas de la cadena agroalimentaria se distinguen:

- Aquellas que han sabido reaccionar a los cambios producidos y que han conseguido afianzar una posición de futuro en el sector (principalmente las grandes empresas de distribución).
- Aquellas que no han respondido a los retos que ha ido planteando su entorno y se encuentran en una posición débil que, al limitar sus márgenes, pone en peligro su supervivencia en el largo plazo (principalmente las explotaciones agroalimentarias).

Por tanto, el objetivo final de estas explotaciones debe ser alcanzar y/o consolidar –en el caso de empresas que no lo hayan conseguido todavía– unos niveles de rentabilidad que, sostenidos en el tiempo, les garanticen la supervivencia en el largo plazo.

#### Objetivos estratégicos

*Lograr una mayor participación en el valor generado a lo largo de la cadena alimentaria*

Las crecientes exigencias en materia de calidad, seguridad alimentaria, etc., aunque conllevan grandes inversiones para las pequeñas explotaciones agrícolas, también han supuesto una gran oportunidad: la apertura de un nuevo campo de acción para los productores que, hasta el momento, estaban alejados del consumidor. En este sentido, una respuesta efectiva a las nuevas necesidades del consumidor, les puede permitir generar un mayor valor añadido –no hay que olvidar que disfrutaban de una posición privilegiada, al encontrarse en el inicio de la cadena alimentaria con un mayor control del alimento desde su origen–.

Las pymes deben, por tanto, establecer como objetivo estratégico dejar de ser meros suministradores de materias primas y,

**Fríamente...  
lo mejor**

**ph Phire**  
BY HIANSA PANEL

**Paneles frigoríficos  
Phire B-s2,d0**

La última generación de paneles.  
El mejor aislante del mercado con  
el mejor comportamiento al fuego.  
**Paneles antibacterianos**

**Hiansa**  
Grupo Hiemesa

www.hiansa.com  
comercial@hiansa.com  
**Pida el catálogo**