Diplomado en Alta Gerencia

Trabajo de Grado: Informe Final Consultora GLAM

Coneo Romo Adrián Yesid

Ibarra Añez Gabriela Johanna

Maldonado Rodríguez Lesly Liliana

Martinez Meneses Monica Daniela

Facultad de ciencias económicas y empresariales, Universidad de Pamplona

Administración de Empresas

07 de junio de 2024

CONTENIDO:

Introducción……..……4

Misión……5

Visión……5

Nuestros Servicios……..6

Conformación de la Empresa……7

Organigrama Consultora GLAM……7

Presentación del Logo……8

PRIMER CAPITULO: Gerencia Estratégica……8

Misión……13

Visión……13

Presentación del Logo……14

Ciclo de la vida……14

Estructura Organizacional Agro CGV del Caribe……..……16

Diagnóstico de la Gerencia Estratégica……...…16

SEGUNDO CAPITULO: Análisis Entorno Económico Nacional E Internacional……18

TERCER CAPITULO: Análisis Talento Humano Y Cultura Corporativa……..…21

CUARTO CAPITULO: Gerencia Mercadeo, productividad y Análisis Competitivo……23

QUINTO CAPITULO: Producción: producto y/o servicio……25

SEXTO CAPITULO: Gerencia Financiera……27

SÉPTIMO CAPITULO: Planes tácticos y operativos…….……34

OCTAVO CAPITULO: Indicadores Gestión Y Balanced Scorecard……..36

Recomendaciones……39

Conclusiones……..……..41

Bibliografía……..42

Anexos…….43

INTRODUCCIÓN

Consultora GLAM es una empresa dedicada a brindar asesoramiento especializado a empresas e instituciones en áreas clave, estamos ubicados en el municipio de Fundación, Magdalena. GLAM Consultora está estructurada en diversas áreas especializadas para ofrecer servicios integrales y de alta calidad a sus clientes. La empresa se divide en tres principales departamentos: Talento Humano, Contabilidad y Finanzas, y Resolución de Conflictos. Cada departamento está liderado por un profesional con amplia experiencia en su campo, respaldados por un conjunto de consultores especializados. Además, la estructura organizativa incluye un equipo de soporte administrativo y de TI que garantiza el funcionamiento eficiente y el uso de tecnologías emergentes para mejorar los procesos internos y la entrega de servicios. La alta dirección, compuesta por socios fundadores supervisa la ejecución estratégica y asegura que todos los departamentos trabajen alineados con la misión y visión de la empresa. Esta estructura permite a GLAM Consultora ofrecer soluciones personalizadas y efectivas, adaptadas a las necesidades específicas de cada cliente.

MISIÓN

En Consultora GLAM, nuestra misión es proporcionar soluciones integrales y de alta calidad en consultoría de talento humano, contabilidad, finanzas y resolución de conflictos. Nos dedicamos a satisfacer las necesidades de nuestros clientes en Fundación Magdalena, mediante un enfoque personalizado y profesional ayudando a las empresas e instituciones a optimizar sus operaciones, alcanzar sus objetivos estratégicos y promover un entorno laboral armonioso y productivo.

VISIÓN

Aspiramos a ser reconocidos como el socio estratégico preferido por las empresas e instituciones en Fundación Magdalena por nuestra excelencia en servicios de consultoría. Nos esforzamos por liderar en innovación y efectividad ofreciendo soluciones que impulsen el crecimiento y la sostenibilidad de nuestros clientes. Nuestro objetivo es contribuir al desarrollo económico y social de la región fortaleciendo la competitividad de las organizaciones y promoviendo prácticas empresariales responsables y sostenibles.

NUESTROS SERVICIOS

- Desarrollo de planes estratégicos: Nos ayuda a trabajar en estrecha colaboración con la dirección de una empresa para establecer metas y objetivos a largo plazo para así luego diseñar un plan estratégico detallado.
- Evaluación de talento humano: Ayudamos a las empresas a identificar y desarrollar el talento dentro de su organización mediante evaluaciones de desempeño, análisis de competencias y planes de desarrollo personalizados.
- Elaboración de políticas de recursos humanos: Asesoramos en la creación o actualización de políticas y procedimientos relacionados con la gestión del talento humano, incluyendo aspectos como la contratación, la capacitación, la evaluación del desempeño y la retención del personal.
- Auditoría contable y financiera: Realizar revisiones exhaustivas de los estados financieros de una empresa para garantizar su exactitud y cumplimiento con las normativas contables y financieras vigentes.
- Optimización de procesos financieros: Identificar áreas de mejora en los procesos financieros de una empresa como la gestión de flujo de efectivo, la reducción de costos, la optimización de inversiones y la elaboración de presupuestos.

CONFORMACIÓN DE LA EMPRESA CONSULTORA:

CONSULTORA GLAM.

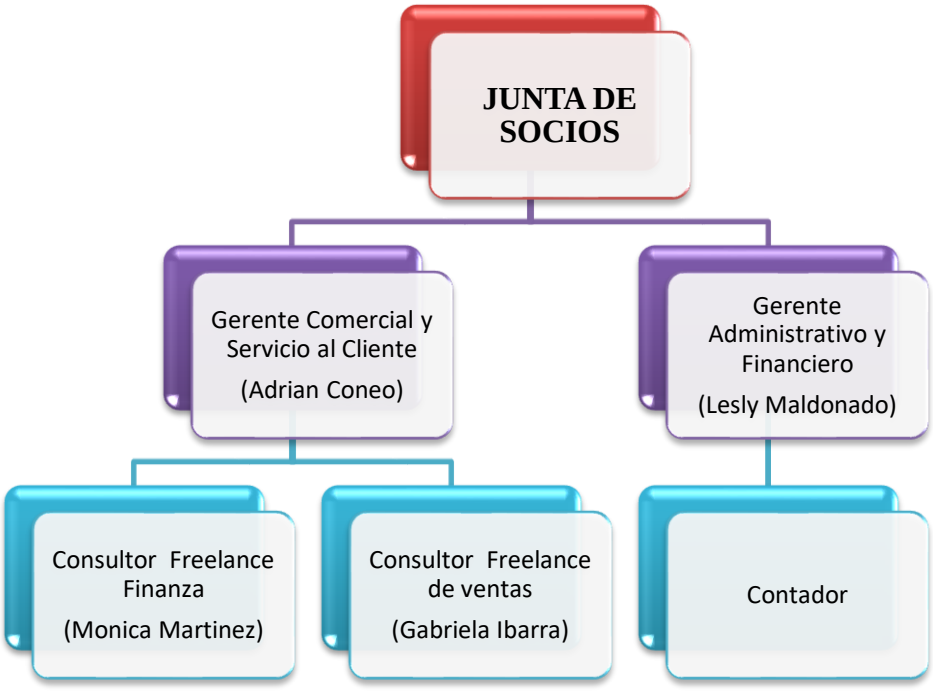
CONEO ROMO ADRIAN YESID

IBARRA AÑEZ GABRIELA JOHANNA

MALDONADO RODRIGUEZ LESLY LILIANA

MARTINEZ MENESES MONICA DANIELA

ORGANIGRAMA CONSULTORES ASOCIADOS GLAM



LOGO



PRIMER CAPITULO: Gerencia Estratégica

AGROCGV DEL CARIBE fue fundada el 23 de mayo del 2022 por un grupo de empresarios visionarios con experiencia en el sector agropecuario. En sus primeros años la empresa se centró en la comercialización de productos veterinarios y suministros agrícolas en la región, estableciendo relaciones sólidas con proveedores locales y ganando la confianza de los clientes. El 14 de julio del 2023 AGROCGV DEL CARIBE experimentó una fase de diversificación ampliando su oferta para incluir servicios de asesoramiento técnico y consultoría en salud animal y agricultura, esta estrategia permitió a la empresa posicionarse como un socio integral para los productores agropecuarios ofreciendo soluciones integrales para sus necesidades.

En el año 2023 AGROCGV inició un proceso de expansión en el mercado para llegar a nuevos clientes donde por medio de marketing permitió a la empresa mejorar sus operaciones y servicios, en respuesta a los cambios que hubo en el mercado y las demandas de los clientes AGROCGV DEL CARIBE se enfocó en la innovación y la mejora continua. La empresa invirtió en investigación y desarrollo de nuevos productos y servicios, así como en la implementación de tecnologías avanzadas para optimizar sus procesos y aumentar su eficiencia. Además ha sido proactiva en la adopción de prácticas sostenibles y responsables, integrando criterios ambientales, promoviendo el bienestar animal y la agricultura sostenible. En la actualidad se ha consolidado como líder en el mercado agropecuario colombiano reconocido por su compromiso con la calidad, la innovación y la excelencia en el servicio al cliente. La empresa sigue expandiendo su alcance y diversificando su oferta adaptándose constantemente a las cambiantes condiciones del mercado y las necesidades de sus clientes. Evidencias Fotograficas (Ver Imagen 1,2 y 3)


RoyalCondor
Versátil y Económica
Kalosal
ADESEL
COZINK
VITAMINAS
Elite


overtak
overtak
prostal
Kunoquisan
Kunoquisan
Kunoquisan
Kunoquisan
Baño! 20.8
Baño! 20.8
BARADO


AGROCGV
DEL CARIBE
CALLE 3 # 7-04 LOCAL 2
MEDICAMENTOS VETERINARIOS
HERBICIDAS
ASESORIA VETERINARIA
ESPECIALIZADA
TODO LO RELACIONADO
CON EL CAMPO
7-04

MISIÓN

En AGOCGV DEL CARIBE, nos dedicamos a proporcionar soluciones integrales y de alta calidad para mejorar la productividad y el bienestar de los animales de casa y granja, así como promover prácticas agrícolas sostenibles. Nos comprometemos a ofrecer productos y servicios innovadores, respaldados por el conocimiento técnico de nuestro equipo, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y contribuir al desarrollo sustentable del sector agropecuario

VISIÓN

En AGROCGV DEL CARIBE, aspiramos a ser reconocidos como el socio preferido por los productores agrícolas y ganaderos para el cuidado integral de sus animales y cultivos. Nos esforzamos por liderar el camino hacia un futuro agrícola sostenible y próspero, donde la salud y el bienestar de los animales se combinen con prácticas agrícolas responsables y respetuosas con el medio ambiente. Buscamos ser referentes en la industria por nuestra excelencia en servicio al cliente, nuestra innovación continua en productos y soluciones agro veterinarias, la integridad y la calidad en todo lo que hacemos.

PRESENTACIÓN DE LOGO:

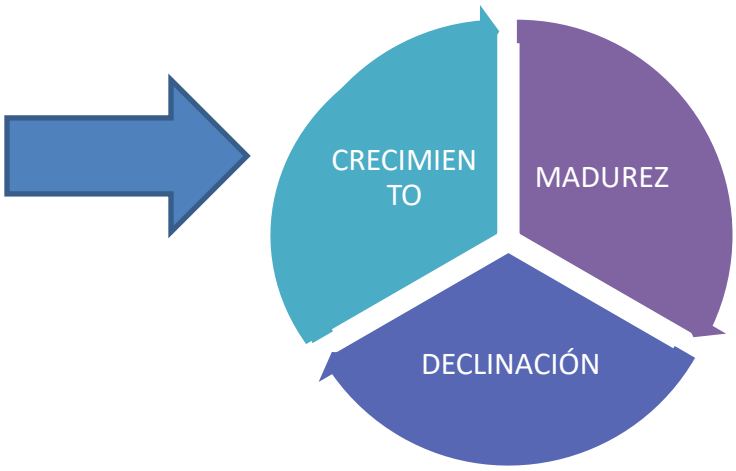


CICLO DE LA VIDA:

Crecimiento: En la década de 2000 AGROCGV DEL CARIBE experimentó un crecimiento significativo ampliando su oferta de productos y servicios para incluir consultoría técnica, asistencia veterinaria y soluciones integrales para la salud animal y la agricultura. La empresa también comenzó a expandirse geográficamente, abriendo sucursales en otras regiones del país.

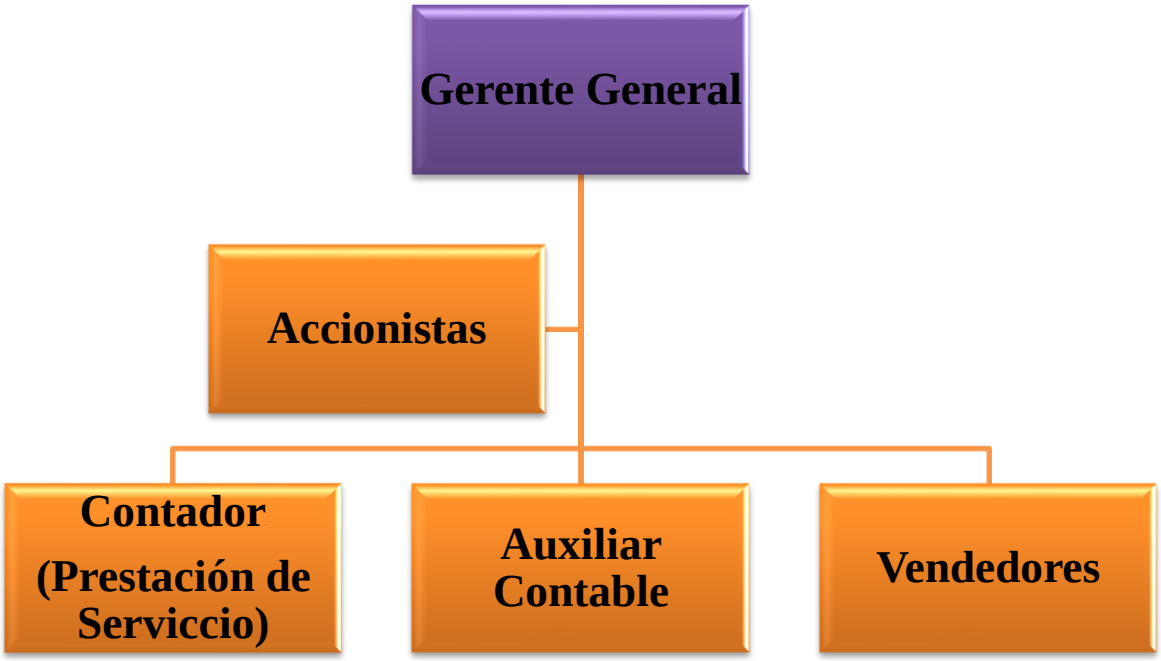
Madurez: En los últimos años, AGROCGV ha alcanzado una posición sólida en el mercado agropecuario colombiano, consolidándose como un líder reconocido en su sector. La empresa ha diversificado aún más su oferta y ha fortalecido sus operaciones para satisfacer las demandas cambiantes del mercado y mantener su competitividad.

Declinación: Aunque AGROCGV sigue siendo una empresa exitosa y en crecimiento, es importante reconocer que eventualmente enfrentará desafíos y presiones del mercado que podrían dar lugar a una fase de declinación. Sin embargo, con una gestión estratégica efectiva, la empresa puede mitigar estos riesgos y adaptarse para seguir siendo relevante y exitosa en el futuro. (Figura 1)



Grafica del ciclo de la vida: Representa y señala en que etapa se encuentra la empresa.

Estructura Organizacional AGROCGV DEL CARIBE (Figura 2)



Diagnóstico de la gerencia estratégica: la empresa AGROCGV DEL CARIBE, no contaba con misión y visión, tampoco con plan de acción enfocados en el presupuesto, decidimos orientarlos en la creación de los elementos anteriormente mencionados los cuales se encuentran plasmados en el presente informe en el apartado correspondiente.

Estrategias Implementadas en el Pasado: Diversificación del Portafolio de Productos y Servicios: AGROCGV DEL CARIBE ha ampliado su oferta más allá de la comercialización de productos veterinarios y suministros agrícolas, incluyendo servicios de consultoría técnica, asistencia veterinaria, capacitación y soluciones integrales para la salud animal y la agricultura.

Expansión Geográfica: La empresa solo cuenta con una sucursal y se proyecta a abrir más sedes en la región para llegar a una base de clientes más amplia y atender las necesidades específicas de productores agropecuarios en diversas áreas.

Inversión en Innovación y Tecnología: AGROCGV DEL CARIBE ha invertido en la investigación y desarrollo de nuevos productos y tecnologías, así como en la implementación de sistemas y herramientas tecnológicas para mejorar la eficiencia operativa y la calidad del servicio.

EXPECTATIVAS:

Propietarios: Los propietarios esperan que AGROCGV DEL CARIBE mantenga su posición como líder en el mercado y continúe generando crecimiento y rentabilidad a largo plazo.

Clientes: Los clientes esperan productos y servicios de alta calidad, asesoramiento técnico confiable y atención personalizada que satisfaga sus necesidades específicas y contribuya al éxito de sus operaciones agropecuarias.

Proveedores: Los proveedores esperan relaciones comerciales justas y transparentes, así como una colaboración continua para desarrollar y mejorar productos y servicios que beneficien a ambas partes.

Trabajadores: Los trabajadores esperan un ambiente laboral seguro, inclusivo, estimulante con oportunidades de desarrollo profesional y reconocimiento por su contribución al éxito de la empresa.

Cultura Organizacional: La cultura organizacional de AGROCGV DEL CARIBE probablemente se caracteriza por valores como la excelencia, la innovación, la integridad y el compromiso con el cliente y la comunidad. Se espera que los empleados compartan estos valores y trabajen juntos en un ambiente de colaboración y respeto mutuo para alcanzar los objetivos de la empresa. Además, es probable que la empresa promueva una cultura de aprendizaje continuo y mejora constante, fomentando la creatividad y la adaptabilidad frente a los desafíos del mercado.

SEGUNDO CAPITULO: Análisis del Entorno Económico Nacional e Internacional.

Enfoque Regional, Nacional e Internacional del Sector Agropecuario en Colombia:

En el contexto regional, el sector agropecuario desempeña un papel crucial en las economías locales, especialmente en las zonas rurales donde la agricultura y la ganadería son actividades económicas predominantes. En regiones como el Caribe colombiano, donde se encuentra AGROCGV DEL CARIBE, el sector agropecuario contribuye significativamente al empleo, la producción y el desarrollo económico. La demanda de insumos agrícolas, servicios

veterinarios y productos agropecuarios es alta en estas áreas, lo que impulsa el crecimiento y la actividad empresarial en empresas como AGROCGV DEL CARIBE.

A nivel nacional, el sector agropecuario es un pilar fundamental de la economía colombiana. Contribuye al Producto Interno Bruto (PIB) del país y genera empleo e ingresos para millones de personas en todo el territorio. Colombia cuenta con una gran diversidad de climas y suelos que permiten la producción de una amplia variedad de cultivos agrícolas y la cría de ganado. La inversión en tecnología y la adopción de prácticas agrícolas sostenibles son áreas clave para el desarrollo futuro del sector agropecuario a nivel nacional.

A nivel internacional, Colombia es reconocida como un importante exportador de productos agrícolas como café, flores, frutas tropicales, banano y productos agroindustriales.

La calidad y la competitividad de los productos colombianos en los mercados internacionales son factores clave para su éxito en el comercio global. Además, Colombia participa en acuerdos comerciales internacionales que pueden afectar el acceso de los productos agrícolas colombianos a diferentes mercados.

Indicadores Económicos: PIB: El sector agropecuario contribuye significativamente al PIB de Colombia. Si bien la participación exacta varía según los años y las condiciones económicas, se estima que representa aproximadamente el 15% del PIB nacional. (Finagro, 2023)

La inflación en Colombia puede afectar el sector agropecuario de varias maneras, como el costo de los insumos agrícolas, el precio de los productos alimenticios y la capacidad de compra de los consumidores, este se monitorea de cerca para garantizar la estabilidad económica. Además cuenta con una demanda interna de productos agrícolas y servicios relacionados siendo así alta en Colombia e impulsada por factores como el crecimiento de la población, el aumento de los ingresos y los cambios en los hábitos de consumo.

El sector agropecuario es uno de los mayores generadores de empleo en Colombia, proporcionando trabajo a una parte significativa de la población rural. Además, empresas como AGROCGV DEL CARIBE contribuyen al empleo a través de la comercialización de insumos agrícolas, servicios veterinarios y otros servicios relacionados. En este sector se ha experimentado un crecimiento constante en los últimos años, impulsado por el aumento de la productividad, la inversión en tecnología y la expansión de los mercados internacionales donde la tasa de crecimiento puede variar según los ciclos de producción, las condiciones climáticas y otros factores externos.

TERCER CAPITULO

Análisis Talento Humano Y Cultura Corporativa

Plan de capacitación

En AGROCGV DEL CARIBE, reconocemos que nuestro recurso humano es uno de nuestros activos más valiosos. Creemos firmemente que invertir en el desarrollo profesional y personal de nuestros empleados no solo beneficia a la empresa, sino que también contribuye al crecimiento y éxito individual de cada miembro de nuestro equipo. Este plan de capacitación ha sido diseñado con el objetivo de fortalecer las habilidades y conocimientos de nuestros empleados en áreas clave relacionadas con el sector agropecuario. A través de este programa, buscamos mejorar la calidad de nuestros servicios, promover la excelencia en la atención al cliente y fomentar un ambiente de trabajo colaborativo y de aprendizaje continuo. Nuestro compromiso con la capacitación y el desarrollo se basa en la creencia de que un equipo bien capacitado y motivado es fundamental para alcanzar nuestros objetivos organizacionales y mantener nuestra posición como líderes en el mercado agropecuario colombiano. Este plan de capacitación es el resultado de un proceso de evaluación de necesidades y consulta con nuestros empleados, donde identificamos áreas prioritarias de desarrollo y diseñamos programas específicos para abordar esas necesidades. A lo largo de este plan, los empleados de AGROCGV DEL CARIBE tendrán la oportunidad de adquirir nuevos conocimientos, mejorar sus habilidades técnicas y de comunicación, y desarrollar competencias que les

permitirán enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades en un entorno laboral en constante evolución.

Estamos comprometidos a brindar el apoyo y los recursos necesarios para que nuestros empleados puedan alcanzar su máximo potencial y contribuir al éxito continuo de nuestra empresa. Juntos, avanzaremos hacia un futuro de crecimiento, innovación y excelencia en el servicio. Por eso hemos elegido como componentes principales del plan de capacitación el conocimiento técnico, atención al cliente y comunicación yla gestión social. Podrá ser evidenciado en el anexo n° --, formato adjunto :III CAP ANALISIS DE TH Y CP PLAN DE CAPACITACIÓN.

CUARTO CAPITULO

Gerencia Mercadeo, Productividad y Análisis Competitivo.

Estrategia de Marketing Digital para AGROCGV DEL CARIBE:

El marketing digital es una herramienta poderosa para llegar a nuestro público objetivo, promover nuestros productos y servicios, y aumentar la visibilidad de nuestra marca en el mercado agropecuario colombiano. A continuación, se detallan algunas estrategias clave que podemos implementar:

Optimización del Sitio Web: Asegurarnos de que nuestro sitio web sea atractivo, fácil de navegar y esté optimizado para dispositivos móviles. Esto incluye la creación de contenido relevante y de calidad, la mejora de la velocidad de carga del sitio y la optimización de palabras clave para mejorar el posicionamiento en los motores de búsqueda.

Presencia en Redes Sociales: Utilizar plataformas como Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn para conectar con nuestro público objetivo, compartir contenido útil y relevante, y promocionar nuestros productos y servicios. Esto puede incluir la publicación regular de contenido, la participación en conversaciones relevantes y la utilización de anuncios pagados para llegar a una audiencia más amplia.

Marketing de Contenidos: Desarrollar una estrategia de marketing de contenidos que incluya la creación de blogs, videos, infografías y otros tipos de contenido que sean relevantes

para nuestro público objetivo. Esto nos ayudará a posicionarnos como expertos en nuestro campo y atraer a clientes potenciales interesados en nuestros productos y servicios.

Email Marketing: Utilizar el correo electrónico como una herramienta para mantenernos en contacto con nuestros clientes actuales y potenciales, compartir noticias y actualizaciones sobre nuestros productos y servicios, y promover ofertas especiales y promociones. Es importante personalizar los mensajes y segmentar la lista de correo para garantizar que el contenido sea relevante y atractivo para cada destinatario.

Publicidad en Línea: Utilizar plataformas de publicidad en línea, como Google Ads y Facebook Ads, para llegar a clientes potenciales que estén buscando productos y servicios como los nuestros. Esto nos permite segmentar nuestra audiencia, establecer presupuestos personalizados y medir el retorno de la inversión de nuestras campañas publicitarias.

Análisis y Seguimiento: Implementar herramientas de análisis web, como Google Analytics, para monitorear el rendimiento de nuestro sitio web y nuestras campañas de marketing digital. Esto nos permitirá obtener información valiosa sobre el comportamiento de nuestros usuarios, identificar áreas de mejora y tomar decisiones informadas para optimizar nuestras estrategias de marketing.

Al implementar estas estrategias de marketing digital de manera efectiva, AGROCGV DEL CARIBE puede aumentar su visibilidad en línea, generar leads de calidad y convertirlos

en clientes satisfechos, todo mientras mejora su posicionamiento en el competitivo mercado agropecuario colombiano.

QUINTO CAPITULO

PRODUCCIÓN: PRODUCTO Y/O SERVICIOS

Estrategia de Productividad para AGROCGV DEL CARIBE:

La productividad es fundamental para el éxito de AGROCGV DEL CARIBE en un mercado agropecuario cada vez más competitivo. A continuación, se detallan algunas estrategias clave para mejorar la productividad en nuestra empresa:

Automatización de Procesos: Identificar tareas repetitivas y manuales en nuestras operaciones y buscar formas de automatizarlas mediante el uso de tecnología. Esto puede incluir la implementación de software de gestión empresarial (ERP) que integre y optimice nuestros procesos internos.

Capacitación y Desarrollo del Personal: Invertir en la capacitación y el desarrollo de nuestro personal para mejorar sus habilidades y conocimientos. Esto no solo aumentará la eficiencia y la calidad de nuestro trabajo, sino que también motivará a nuestros empleados y los preparará para asumir roles de mayor responsabilidad en el futuro.

Gestión del Tiempo: Implementar técnicas y herramientas de gestión del tiempo para optimizar la productividad de nuestros empleados. Esto puede incluir la definición de prioridades, la elaboración de horarios de trabajo eficientes y el establecimiento de metas claras y alcanzables.

Optimización de Recursos: Evaluar el uso de recursos, como materias primas, equipos y espacio físico, y buscar formas de optimizar su utilización. Esto puede implicar la implementación de prácticas de gestión de inventario más eficientes y la adopción de tecnologías más avanzadas para maximizar la producción.

Mejora Continua: Fomentar una cultura de mejora continua en toda la organización, donde se promueva la identificación de oportunidades de mejora y se implementen acciones para abordarlas. Esto puede incluir la realización regular de evaluaciones de procesos y la recopilación de retroalimentación de los empleados para identificar áreas de oportunidad.

Innovación Tecnológica: Mantenerse al tanto de las últimas tendencias y avances tecnológicos en el sector agropecuario y explorar cómo pueden ser aplicados en nuestras operaciones para aumentar la eficiencia y la productividad. Esto puede incluir el uso de drones para monitorear cultivos, la implementación de sistemas de riego inteligentes y el desarrollo de herramientas de análisis de datos para tomar decisiones más informadas.

Al implementar estas estrategias de productividad de manera efectiva, AGROCGV DEL CARIBE puede mejorar su eficiencia operativa, reducir costos y aumentar su competitividad en el mercado agropecuario colombiano.

SEXTO CAPITULO

Gerencia Financiera

Análisis Vertical del Activo

Para realizar un análisis vertical del activo, se comparan los componentes del activo con el total del activo, expresándolos como un porcentaje. Aquí están los resultados y la interpretación de los dos años proporcionados. (Anexo 2)

Año 1:El activo fijo bruto representa el 69.77% del total de los activos. Esto indica una fuerte inversión en activos a largo plazo, como terrenos, edificios y maquinaria. La alta proporción sugiere que la empresa tiene una estructura de capital intensiva en activos fijos, lo que puede ser indicativo de su estrategia de largo plazo para el crecimiento y expansión.

Año 2: En el segundo año, el activo fijo bruto representa el 74.99% del total de los activos. La proporción ha aumentado desde el año anterior, lo que indica una mayor inversión en activos fijos. Este incremento puede ser resultado de adquisiciones adicionales de activos fijos, renovaciones o mejoras en la infraestructura existente.

Interpretación: El aumento en la proporción de activo fijo bruto del 69.77% al 74.99% sugiere que la empresa ha seguido invirtiendo en sus activos fijos, posiblemente para mejorar su capacidad productiva o expandir sus operaciones. Este tipo de inversión es común en empresas que buscan un crecimiento a largo plazo y que están en una etapa de expansión o consolidación en el mercado.

Recomendaciones: Revisión de la Eficiencia del Uso de Activos Fijos: Es importante que la empresa revise la eficiencia con la que está utilizando sus activos fijos. Esto puede implicar el análisis de la tasa de utilización de los activos y el rendimiento sobre los activos (ROA). La empresa debe asegurarse de que los activos fijos adicionales estén generando ingresos proporcionales a la inversión realizada.

Monitoreo del Flujo de Caja: Las inversiones en activos fijos a menudo requieren grandes desembolsos de capital. La empresa debe monitorear cuidadosamente su flujo de caja para garantizar que puede mantener la liquidez operativa a pesar de las inversiones sustanciales en activos fijos.

Evaluación del Riesgo Financiero: A medida que aumenta la proporción de activos fijos, también puede aumentar el riesgo financiero si la empresa financia estas inversiones con deuda. Es crucial mantener un equilibrio adecuado entre deuda y capital propio para evitar problemas de solvencia.

Planificación Estratégica: La empresa debe alinear estas inversiones con su planificación estratégica a largo plazo. Es importante que las adquisiciones de activos fijos se realicen con una visión clara de cómo contribuirán al crecimiento y la competitividad de la empresa en el futuro.

Con esta interpretación podemos concluir que, la tendencia hacia una mayor inversión en activos fijos es positiva siempre y cuando se gestione de manera eficiente y se alinee con los objetivos estratégicos de la empresa.

Análisis Vertical del Pasivo

Para realizar un análisis vertical del pasivo, se comparan los componentes del pasivo con el total del pasivo, expresándolos como un porcentaje. Aquí están los resultados y la interpretación de los dos años proporcionados:

Año 1 Provisiones para Jubilaciones: 22.38% del total de los pasivos. Este valor indica un compromiso significativo de la empresa con las obligaciones de jubilación, lo que sugiere una responsabilidad a largo plazo hacia sus empleados. Esta proporción refleja la importancia que la empresa otorga a la seguridad financiera de sus empleados jubilados.

Año 2 Provisiones para Jubilaciones: 28.11%

En el segundo año, las provisiones para jubilaciones representan el 28.11% del total de los pasivos. El aumento de la proporción indica que la empresa ha incrementado sus

provisiones para jubilaciones, lo que podría ser consecuencia de un aumento en el número de empleados próximos a la jubilación o un ajuste en las políticas de jubilación.

Interpretación: El incremento en la proporción de provisiones para jubilaciones del 22.38% al 28.11% sugiere que la empresa ha aumentado sus compromisos con las jubilaciones. Este aumento puede ser un indicativo de una fuerza laboral envejecida o un ajuste en las políticas de jubilación para proporcionar mayores beneficios a los empleados.

Recomendaciones Revisión de las Provisiones: La empresa debe revisar periódicamente sus provisiones para asegurarse de que están adecuadamente financiadas y que los fondos reservados para jubilaciones son suficientes para cumplir con las futuras obligaciones.

Gestión de Riesgos: Evaluar los riesgos asociados con las provisiones para jubilaciones es crucial. La empresa debe considerar estrategias de inversión adecuadas para los fondos de jubilación, asegurando que se mantenga un equilibrio entre riesgo y retorno para cumplir con las obligaciones futuras.

Planificación a Largo Plazo: Implementar una planificación a largo plazo para gestionar las obligaciones de jubilación puede ayudar a la empresa a anticipar y prepararse para los futuros pagos. Esto puede incluir la actualización regular de las políticas de jubilación y la provisión de informes financieros detallados para mantener a los stakeholders informados.

Comunicación con los Empleados: Mantener una comunicación clara y abierta con los empleados sobre sus beneficios de jubilación puede aumentar la moral y la confianza en la empresa. Inform.ar a los empleados sobre las políticas de jubilación y cualquier cambio en las provisiones es fundamental para una gestión eficiente del capital humano.

Finalmente el aumento en las provisiones para jubilaciones muestra el compromiso de la empresa con el bienestar de sus empleados jubilados. Sin embargo, es importante gestionar estos pasivos de manera efectiva para garantizar la sostenibilidad financiera a largo plazo.

Análisis Vertical del Patrimonio

Para realizar un análisis vertical del patrimonio, se comparan los componentes del patrimonio con el total del patrimonio, expresándolos como un porcentaje. Aquí están los resultados y la interpretación de los dos años proporcionados:

Año 1 Las otras reservas representan el 25.78% del total del patrimonio. Este valor indica una significativa acumulación de reservas que no están especificadas en categorías tradicionales como capital social o utilidades retenidas. Las otras reservas pueden incluir fondos destinados para propósitos específicos, contingencias, o futuros proyectos de inversión.

Año 2 En el segundo año, las otras reservas representan el 28.98% del total del patrimonio. El aumento en la proporción de otras reservas sugiere que la empresa ha incrementado su acumulación de fondos para propósitos específicos o contingencias. Esto puede ser una indicación de una gestión conservadora y prudente del capital, preparándose para imprevistos o inversiones futuras.

Interpretación: El incremento en la proporción de otras reservas del 25.78% al 28.98% sugiere que la empresa está fortaleciendo su posición financiera al destinar una mayor parte de su patrimonio a reservas. Esto puede ser visto como una estrategia para mejorar la solvencia y estabilidad financiera, preparándose para futuras oportunidades de inversión o para mitigar riesgos potenciales.

Recomendaciones Gestión Eficiente de Reservas: La empresa debe asegurarse de que las otras reservas estén bien gestionadas y que los fondos sean utilizados de manera eficiente para los propósitos para los que fueron destinados. Es importante tener una política clara sobre la creación y uso de reservas.

Transparencia y Comunicación: Mantener una comunicación clara con los stakeholders sobre la naturaleza y propósito de las otras reservas es crucial. Esto incluye proporcionar detalles en los informes financieros sobre el uso previsto de estas reservas y cómo benefician a la empresa.

Evaluación de Necesidades Futuras: La empresa debe evaluar continuamente sus necesidades futuras y ajustar las reservas en consecuencia. Esto incluye considerar posibles inversiones, expansiones, o la necesidad de fondos para contingencias.

Planificación Estratégica: Integrar las otras reservas dentro de la planificación estratégica a largo plazo de la empresa. Las reservas deben alinearse con los objetivos estratégicos de la empresa y apoyar su crecimiento y estabilidad a largo plazo.

Auditorías y Revisión: Realizar auditorías periódicas para asegurar que las otras reservas se manejan adecuadamente y cumplen con los propósitos previstos. Las auditorías ayudan a identificar posibles ineficiencias o desvíos en el uso de los fondos.

En resumen, el aumento en la proporción de otras reservas refleja una estrategia prudente y conservadora por parte de la empresa para fortalecer su posición financiera y prepararse para el futuro. Una gestión eficiente y transparente de estas reservas es crucial para mantener la confianza de los stakeholders y asegurar el uso óptimo de los fondos.

SEPTIMO CAPITULO

Planes Tácticos Y Operativo

Según el análisis aplicado a la DOFA: Desarrollo de Mercado: La empresa AGROCGV DEL CARIBE hará jornadas de esterilización para posicionar la marca en los clientes potenciales. Desarrollo Interno: sacar nuevas líneas productos para el cuidado del agro. Desarrollo de Producto: Llevar a nuestros clientes desde la comodidad de su casa nuestros servicios a domicilio. Análisis DOFA: Utiliza la matriz DOFA para identificar las Debilidades,

Oportunidades, Fortalezas y Amenazas de la empresa. Esto ayudará a comprender su posición actual y a planificar acciones futuras para mejorar su competitividad en el mercado.

El análisis DOFA para AGROCGV DEL CARIBE revela varias áreas clave en las que la empresa puede enfocarse para mejorar su competitividad y sostenibilidad. Al desarrollar estrategias que aprovechen las fortalezas y oportunidades, y mitiguen las debilidades y amenazas, la empresa estará mejor posicionada para enfrentar los desafíos del mercado y crecer de manera sostenible

Definición de Objetivos: Establece objetivos claros para la empresa, basados en el análisis DOFA y en la visión y misión de la compañía. Estos objetivos deben ser realistas y alcanzables en un plazo determinado. Desarrollo de Estrategias: Diseña estrategias específicas

para abordar los desafíos identificados y aprovechar las oportunidades del mercado. Estas estrategias deben estar alineadas con los objetivos de la empresa y tener en cuenta los recursos disponibles. Implementación y Seguimiento: Implementa las estrategias definidas y establece un sistema de seguimiento para monitorear su progreso. Realiza ajustes según sea necesario para garantizar que la empresa esté en camino de alcanzar sus objetivos.

Otros resultados obtenidos aplicando el modelo PEYEA para formulación de estrategia el resultado obtenido es el Cuadrante IV que es donde se encuentra las estragáis competitivas, como consultores recomendamos aplicar el desarrollo interno el cual consiste en: Invertir en los servicios que ofrece la empresa para posesionarla más en el mercado.

Análisis: El resultado obtenido de 5,03 aplicando la matriz MPEC, para evaluar que estrategia se puede implementar nos genera el resultado de que desarrollo de mercado y desarrollo interno son las estrategias a utilizar. Porque nos dio por encima del promedio.

El resultado obtenido con análisis externo aplicando MEFE a la empresa AGROCGV DEL CARIBE es de 2,52 soportado en las oportunidades, se debe tener en cuenta que la competencia nos está afectando en el mercado por lo que se debe generar estrategias que nos permitan ser competitivo

Para la empresa AGROCGV DEL CARIBE aplicando la matriz MEFI para su evaluación interna dio un resultado de 2,93 soportado en las 4 fortalezas, pero se debe tener en cuenta que la competencia para nosotros en este momento es una debilidad mayor. Aplicando

el modelo estratégico I.E para la empresa AGROCGV DEL CARIBE da como resultado se debe implementar la estrategia de Selectividad que es el cuadrante No. 5 y ´para nuestro caso el servicio que ofrece la empresa, que son vacunación y Esterilidad se debe escoger el de vacunación porque es el que presenta mayor demanda y menos costo, por lo que haremos una gran reinversión en esta línea de servicio. Ver en anexo n° ----, documento adjunto VII CAP PLANES TACTICOS Y OPERATIVOS - BALANCE SC Y MATRICES.

OCTAVO CAPITULO

Indicadores Gestión Y Balanced Scorecard

La evaluación del plan estratégico de AGROCGV del Caribe utilizando el modelo de Indicadores de Gestión y Balanced Scorecard muestra un enfoque equilibrado y una ejecución efectiva en las cuatro perspectivas clave. La empresa presenta un sólido desempeño financiero, una fuerte orientación al cliente, procesos internos eficientes y un compromiso con el desarrollo y la capacitación de su personal. Para mantener y mejorar estos resultados y alcanzar los objetivos de aumento de ventas, posicionamiento en el mercado y diversificación de productos, AGROCGV del Caribe debe continuar ajustando sus estrategias y objetivos, asegurando que todos los aspectos del negocio estén alineados con su visión y misión a largo plazo.

En este capítulo, se presenta el presupuesto global de la propuesta de la empresa consultora, que incluye los recursos y gastos necesarios para implementar el plan de acción y alcanzar los objetivos establecidos.

Presupuesto Global

Mercadeo: **$300.000**

Anuncios en redes sociales: $150,000

Publicidad en medios impresos: $100,000

Mercadeo en línea: $100,000

Talento Humano: **$900.000**

Conocimiento Técnico: $300.000

Atención al cliente y comunicación: $300.000

Gestión social: $300.000

Financiero/Contable: **$18.350.000**

Impuestos y tributos: $2.850.000

Pagos y honorarios: 15.000.000

Gastos generales y administrativos: $500.000

Presupuesto Total: $19.550.000

El presupuesto global de la propuesta de la empresa consultora es de $19.550.000. Esta cantidad se ha calculado sumando los presupuestos individuales de cada departamento. Es importante destacar que este presupuesto global es una estimación inicial y puede ser ajustado según sea necesario durante el desarrollo del proyecto. Es fundamental revisar y revisar regularmente el presupuesto para garantizar que se estén cumpliendo los objetivos y no se estén excediendo los límites financieros.

Recomendaciones

Basado en el análisis de la propuesta de la empresa AGROCGV del Caribe, aquí te presento algunas recomendaciones para mejorar su desempeño y competitividad:

Estrategias: Diversificación de servicios: La empresa debe diversificar sus servicios para reducir su dependencia de solo ventas. Esto puede incluir la oferta de nuevos servicios relacionados con la agricultura y la ganadería.

Mejora de la eficiencia: La empresa debe implementar estrategias para mejorar su eficiencia y reducir costos, lo que puede incluir la automatización de procesos y la optimización de recursos.

Fortalecimiento de la marca: La empresa debe invertir en la fortalecimiento de su marca y la construcción de una identidad corporativa clara para diferenciarse de la competencia.

Servicios: Desarrollo de servicios relacionados con la vacunación: La empresa debe desarrollar servicios relacionados con la vacunación, como la atención veterinaria y la gestión de programas de salud animal.

Desarrollo de servicios para pequeños productores agrícolas: La empresa debe desarrollar servicios para pequeños productores agrícolas, como asesoramiento y apoyo técnico para mejorar su producción y productividad.

Finanzas: Planificación financiera: La empresa debe desarrollar un plan financiero detallado que incluya metas claras y objetivos financieros.

Gestión del riesgo: La empresa debe desarrollar un plan de gestión del riesgo para mitigar los posibles riesgos financieros y operacionales.

Otras

Monitoreo y evaluación: La empresa debe implementar un sistema de monitoreo y evaluación efectivo para medir su desempeño y ajustar su estrategia según sea necesario.

Innovación continua: La empresa debe fomentar la innovación continua dentro de la organización, mediante el apoyo a proyectos piloto y la experimentación con nuevos productos y servicios.

Conclusión

En conclusión, el análisis de la propuesta para AGROCGV del Caribe revela la necesidad de adoptar una estrategia que permita a la empresa destacarse en el mercado y superar la competencia. El análisis externo sugiere que la empresa se enfrenta a un desafío significativo en términos de competitividad, lo que requiere la implementación de estrategias que permitan ser competitivo y diferenciarse de los demás.

En cuanto al desarrollo interno, es fundamental invertir en los servicios que ofrece la empresa para posicionarla mejor en el mercado. La empresa debe enfocarse en mejorar sus habilidades y competencias para ser más eficiente y efectiva en la prestación de sus servicios.

Además, el análisis de los indicadores de gestión y Balanced Scorecard muestra un enfoque equilibrado y ejecución efectiva en las cuatro perspectivas clave, lo que sugiere que la empresa está cumpliendo con sus objetivos financieros, clientelizados, internos y de desarrollo.

En resumen, para AGROCGV del Caribe, es fundamental seguir ajustando sus estrategias y objetivos para mantener y mejorar su desempeño, asegurando que todos los aspectos del negocio estén alineados con su visión y misión a largo plazo. Esto permitirá a la empresa consolidar su posición en el mercado y aumentar su competitividad.

Referencias Bibliográficas

Crecimiento del sector agropecuario y AgroExpo 2023, un reto hacia el desarrollo del campo. (s. f.). Finagro.

Carroll, A. B., & Buchholtz, A. K. (2014). Business and Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management. Cengage Learning.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.).

Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. Journal of Business Ethics, 53(1-2), 51-71.

Hernández, F., & Gómez, J. D. (2017). "Estrategias de dirección para la promoción de prácticas agrícolas sostenibles en empresas agroindustriales colombianas".

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. Pearson Education.

Kumar, R. (2019). Research methodology: A step-by-step guide for beginners (5th ed.). SAGE Publications. Este libro proporciona una visión general detallada de los principios y técnicas de investigación positivista.

Maldonado, J. G., Rodríguez, L. P., & Reyes, J. M. (2019). "Bienestar animal en sistemas de producción avícola en Colombia: revisión bibliográfica".

Anexos:

1. MEFE

Matriz de Evaluación de Factores Externos		Ponderación	Calificación	Producto	0,27	10,7%
0,38	Oportunidades					
O1	1. Crecimiento de la demanda de productos y servicios agro veterinarios debido al aumento de la conciencia sobre el bienestar animal y la agricultura	0,23	4	0,92		
O2	2. Expansión a nuevos mercados geográficos o segmentos de clientes.	0,15	4	0,60		
O3				0,00		
O4				0,00		
O5				0,00		
O10				0,00		
0,62	Amenazas					
A1	1. Cambios en las regulaciones gubernamentales que puedan afectar la comercialización de ciertos productos agro veterinarios.	0,23	2	0,46		
A2	2. Inestabilidad económica que pueda reducir el poder adquisitivo de los clientes.	0,15	2	0,30		
A3	3. Posible aparición de enfermedades animales o plagas agrícolas que afecten la producción.	0,12	1	0,12		
A4	4. Competencia creciente de tiendas en línea o grandes cadenas de suministro que puedan ofrecer precios más bajos o mayor conveniencia	0,12	1	0,12		
A5				0,00		
A6				0,00		
A7				0,00		
A8				0,00		
A9				0,00		
A10				0,00		
		1,00		2,52	2,79	

Analisis

El resultado obtenido con analisis externo a la empresa AGROCGV DEL CARIBE es de 2,52 soportado en las oportunidades, se debe tener en cuenta que la competencia nos esta afectando en el mercasdo por lo que se debe generar extrategias que nos permitan ser competitivo	ctrico, y producon del sector electrico, y productos inoovador e i

2. MEFI.

	Matriz de Evaluación de Factores Internos	Ponderación	Calificación	Producto	0,39	13,3%
0,56	Fortalezas					
F1	1. Experiencia y conocimiento técnico del equipo en salud animal y agricultura.	0,21	4	0,84		
F2	2. Amplia gama de productos agro veterinarios de alta calidad.	0,15	4	0,60		
F3	3. Relaciones sólidas con proveedores confiables.	0,10	4	0,40		
F4	4. Capacidad para ofrecer servicios de asesoramiento personalizado a los clientes.	0,10	4	0,40		
F5				0,00		
0,44	Debilidades					
D1	1. Dependencia de ciertos proveedores para productos clave.	0,15	2	0,30		
D2	2. Limitaciones en la capacidad de almacenamiento o logística que pueden afectar la disponibilidad oportuna de productos.	0,10	2	0,20		
D3	3. Competencia de otro agro veterinarias locales o cadenas de suministro más grandes.	0,19	1	0,19		
D4				0,00		
D9				0,00		
D10				0,00		
		1,00		2,93	3,32	

Para la empresa AGROCGV DEL CARIBE aplicando la matriz mEFI para su evaluacion interna dio un resultado de 2,93 soportado en las 4 fortalezas, pero se debe tener en cuenta que la competencia para nosotros en este momento es una debilidad mayor.

3.

Matriz de
F ortalezas,
O portunidades,
D ebilidades,
A menazas

	Fortalezas
F	1. Experiencia y conocimiento técnico del equipo en salud animal
F	2. Amplia gama de productos agro veterinarios de alta calidad.
F	3. Relaciones sólidas con proveedores confiables.
F	4. Capacidad para ofrecer servicios de asesoramiento
F	0
F	0
F	0
F	0
F	0
F	0

	Debilidades
D	1. Dependencia de ciertos proveedores para productos clave.
D	2. Limitaciones en la capacidad de almacenamiento o logística
D	3. Competencia de otro agro veterinarias locales o cadenas de
D	0
D	0
D	0
D	0
D	0
D	0
D	0

	Oportunidades
O1	1. Crecimiento de la demanda de productos u servicios agro veterinarios
O	2. Expansión a nuevos mercados geográficos o segmentos de clientes.
O	0
O	0
O	0
O	0
O	0
O	0
O	0
O1	0

Estrateegias FO
F4O2: Desarrollo Mercado, Penetración en el Mercado
F4O3: Desarrollo Mercado, Desarrollo Producto
F4O4: Desarrollo Producto
F4O5: Desarrollo Mercado
F5O2: Desarrollo Mercado
F5O3: Desarrollo Mercado, Desarrollo Producto
F5O5: Desarrollo Mercado
F8O3: Desarrollo Interno
F8O4: Desarrollo Interno
F8O5: Desarrollo Interno
F1O2: Desarrollo Mercado
F1O4: Desarrollo Mercado, Desarrollo Producto
F7O1: Desarrollo Producto
F7O3: Desarrollo Mercado
F7O4: Desarrollo Mercado
F2O2: Desarrollo Mercado, Desarrollo Producto
F2O5: Desarrollo Mercado, Desarrollo Producto
F3O2: Desarrollo Mercado
F3O5: Desarrollo Mercado

Estrateegias DO
D3O1: Desarrollo Interno
D3O2: Desarrollo Interno
D3O3: Desarrollo Interno
D3O4: Desarrollo Interno
D3O5: Desarrollo Interno
D4O1: Desarrollo Interno
D4O2: Desarrollo Interno
D4O3: Desarrollo Interno
D4O4: Desarrollo Interno
D4O5: Desarrollo Interno

Resultado	
#	Desarrollo de Mercado
#	Desarrollo Interno
#	Desarrollo de Producto

	Amenazas
A1	1. Cambios en las regulaciones gubernamentales que puedan afectar la
A	2. Inestabilidad económica que pueda reducir el poder adquisitivo de los
A	3. Posible aparición de enfermedades animales o plagas agrícolas que
A	4. Competencia creciente de tiendas en línea o grandes cadenas de
A	0
A	0
A	0
A	0
A	0
A1	0

Estrateegias FA
F4A3: Desarrollo de Producto
F4A5: Desarrollo de Producto
F8A5: Desarrollo Interno
F1A2: Desarrollo Mercado
F1A5: Desarrollo Mercado
F4A2: Desarrollo de Producto
F5A5: Diferenciación
F3A7: Diferenciación
F3A2: Desarrollo Mercado

Estrateegias DA
D3A5: Desarrollo Interno, Penetración Mercado
D4A5: Desarrollo Interno
D2A2: Desarrollo Producto, Diferenciación
D1A1: Desarrollo Producto
D3A1: Desarrollo Producto
D3A7: Desarrollo Mercado
D2A5: Desarrollo Producto

	FORTALEZA FINANCIERA	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PRODUCTO
FF 1	1. Cambios en las regulaciones gubernamentales que puedan afectar la	0,45	3	1,35
FF 2	2. Inestabilidad económica que pueda reducir el poder adquisitivo de los	0,25	5	1,25
FF 3	3. Competencia de otro agro veterinarias locales o cadenas de suministro	0,30	3	0,90
FF 4				0,00
FF 5				0,00
FF 6				0,00
FF 7				0,00
FF 8				0,00
FF 9				0,00
FF 10				0,00
		1,00		3,50

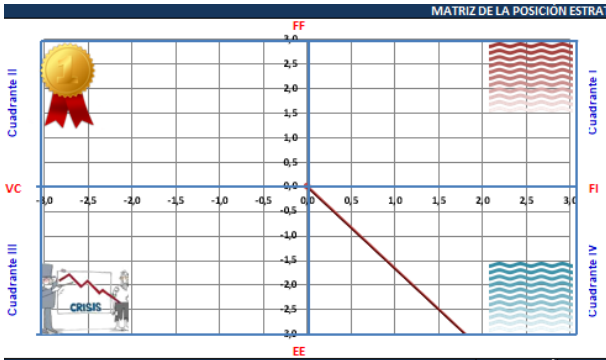
	ESTABILIDAD DEL ENTORNO	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PRODUCTO
EA 1	3. Posible aparición de enfermedades	0,35	-6	-5,65
EA 2	Experiencia y conocimiento técnico del	0,35	-1	-0,65
EA 3	1. Dependencia de ciertos proveedores para	0,30	-4	-3,70
EA 4				0,00
EA 5				0,00
EA 6				0,00
EA 7				0,00
EA 8				0,00
EA 9				0,00
EA 10				0,00
		1,00	-2,0	-10,00

Análisis del vector:

Aplicando el modelo PEYEA para formulacion de estrategia el resultado obtenido es el Cuadrante IV que es donde se encuentra las estragias competitivas, como consultores recomendamos aplicar el desarrollo interno el cual consiste en: Invertir en los servicios que ofrece la empresa para posecionarla mas en el mercado,

4.

MATRIZ DE LA POSICIÓN ESTRATÉGICA Y EVALUACIÓN DE LA ACCIÓN



Estrategias por cuadrante

Cuadrante Estrategia Agresiva
- Desarrollo Interno
- Integración
- Intensivas
- Diversificación

Cuadrante Estrategia Conservadora
- Desarrollo Interno
- Intensivas
- Diversificación relacionada
- Diferenciación / Enfoque de diferenciación

Cuadrante I Estrategia Defensiva
- Desarrollo Interno
- Recorte de gastos
- Desinversión
- Liquidación
- Liderazgo de costos / Enfoque de costos

uadrante I Estrategia Competitiva
- Desarrollo Interno
- Innovación en valor
- Integración / Intensivas

Factor	Prom Pond	Coordenada	Origen
FI	5,7	X	X
VC	-1,8	3,9	0,0
FF	3,5	Y	Y
EA	-10,0	-6,5	0,0

Estrategias de Integración
- Integración hacia adelante
- Integración hacia atrás
- Integración horizontal

Estrategias Intensivas
- Penetración en el mercado
- Desarrollo de mercado
- Desarrollo de producto

Estrategias de Diversificación
- Diversificación concéntrica (relacionada)
- Diversificación horizontal (no relacionada)
- Diversificación de conglomerados

	FORTALEZA INDUSTRIAL	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PRODUCTO
FI 1	1. Crecimiento de la demanda de productos y servicios agro veterinarios	0,45	6	2,70
FI 2	2. Expansión a nuevos mercados geográficos o segmentos de clientes.	0,25	6	1,50
FI 3	4. Capacidad para ofrecer servicios de asesoramiento personalizado a los	0,30	5	1,50
FI 4				0,00
FI 5				0,00
FI 6				0,00
FI 7				0,00
FI 8				0,00
FI 9				0,00
FI 10				0,00
		1,00		5,70

	VENTAJA COMPETITIVA	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PRODUCTO
VC 1	4. Competencia creciente de tiendas en línea	0,20	-3	-0,60
VC 2	2. Amplia gama de productos agro	0,30	-1	-0,30
VC 3	3. Relaciones sólidas con proveedores confiables.	0,30	-1	-0,30
VC 4	4. Capacidad para ofrecer servicios de	0,20	-3	-0,60
VC 5				0,00
VC 6				0,00
VC 7				0,00
VC 8				0,00
VC 9				0,00
VC 10				0,00
		1,00	-2,0	-1,80