

ÍNDICE

CAPÍTULO 1	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1. Antecedentes de la ganadería	1
1.1.1. Producción de productos veterinarios	2
1.1.2 Antecedentes de la Industria	3
1.1.3 Antecedentes de la empresa	7
1.1.4 Antecedentes de la División de Sanidad y Reproducción	9
1.1.5 Planteamiento e identificación del problema	10
1.2. JUSTIFICACIÓN	13
1.2.1. Justificación teórica	13
1.2.2. Justificación metodológica	13
1.2.3. Justificación práctica	13
1.3. OBJETIVOS	13
1.3.1. Objetivo general	13
1.3.2. Objetivos específicos	14
1.4. ALCANCES	14
1.4.1. Alcance espacial	14
1.4.2. Alcance temporal	14
1.4.3. Alcance substantivo	14
1.4.4. Alcance contextual	15
1.5. FUNDAMENTACIÓN	15
CAPÍTULO 2	16
MARCO TEÓRICO	16
2.1 MARCO CONCEPTUAL	16
2.1.1 Gerencia	16
2.1.2 Administración y competitividad estratégica	19
2.1.3 Metas Estratégicas	21
2.1.4 Análisis del entorno	24
2.1.5 Análisis Interno (Capacidades Estratégicas)	30
2.1.6 Análisis FODA (DAFO)	36

2.1.7	Elección de las Estrategias	38
2.1.8	Cuadro de Mando Integral	42
CAPÍTULO 3	52
METODOLOGÍA	52
3.1	Método de la investigación.....	52
3.2	Tipo de investigación.....	52
3.2.1	Alcance descriptivo	52
3.2.2	Alcance explicativo.....	53
3.3	Unidad de análisis	53
3.3.1	Descripción de la unidad de análisis: División de Sanidad y Reproducción (DSR) de la empresa Veterinaria Santa Cruz S.R.L.....	53
3.3.2	Descripción de la unidad de análisis: Empresarios ganaderos de Santa Cruz (clientes de la División de Sanidad y Reproducción)	53
3.3.2.1	Determinación de la muestra de clientes actuales.....	54
3.4	Técnicas de investigación	55
3.5	Fuentes de investigación	56
3.5.1	Fuentes de investigación primaria.....	56
3.5.2	Fuentes de investigación secundaria	56
3.3.	Identificación de variables.....	56
CAPÍTULO 4	58
DIAGNÓSTICO	58
4.1	Diagnóstico de la situación actual de la División de Sanidad y Reproducción de la empresa Veterinaria Santa Cruz S.R.L	58
4.1.1	Direccionamiento estratégico actual.....	58
4.1.2	Objetivos estratégicos de la empresa Veterinaria Santa Cruz S.R.L.....	60
4.1.3	Valores de la empresa Veterinaria Santa Cruz S.R.L.	61
4.1.4	Estrategia actual de la empresa y de la División de Sanidad y Reproducción	62
4.2	Análisis del entorno general (PEST)	62
4.2.1	Factores políticos y legal	63
4.2.2	Factores económicos	65

4.2.3	Factores sociales y demográficos	66
4.2.4	Factores tecnológicos	68
4.3	Análisis del entorno competitivo de la industria de comercialización de productos pecuarios.....	69
4.3.1	Amenazas de nuevos entrantes (barreras de entrada).....	70
4.3.2	Poder de negociación de los clientes	71
4.3.3	Poder de negociación de los proveedores	71
4.3.4	Amenaza de ingreso de productos sustitutos	72
4.3.5	Rivalidad entre los competidores existentes.....	72
4.4	Análisis interno de la División de Sanidad y Reproducción	74
4.4.1	Desarrollo de la perspectiva de aprendizaje y crecimiento	74
4.4.2	Desarrollo de la perspectiva de procesos internos	88
4.4.3	Desarrollo de la perspectiva de clientes de la División	90
4.4.4	Desarrollo de la perspectiva financiera	105
4.4.5	Matriz de Evaluación de los Factores Internos (EFI).....	118
4.5	Análisis FODA	118
4.6	Matriz de la posición estratégica y evaluación de la acción (PEYEA)	120
4.7	Matriz interna-externa (IE).....	122
CAPÍTULO 5		123
CUADRO DE MANDO INTEGRAL DE LA UNIDAD DE NEGOCIO DE LA DIVISIÓN DE SANIDAD Y REPRODUCCIÓN.		123
5.1	Introducción	123
5.2	Definición de lineamientos para elaborar un Cuadro de Mando Integral.....	123
5.3	Redacción de la misión, visión y valores de la División	124
5.3.1	Misión	124
5.3.2	Visión.....	125
5.3.3	Valores.....	125
5.4	Definición de las estrategias para la División.....	125
5.5	Mapa estratégico de relación Causa-Efecto	126
5.6	Plan de acción del Cuadro de Mando Integral para la División de Sanidad y Reproducción.....	127

5.6.1 **Iniciativas y responsables para la perspectiva financiera129**

5.6.2 **Iniciativas y responsables para la perspectiva del cliente.....134**

5.6.3 **Iniciativas y responsables para la perspectiva de procesos internos140**

5.6.4 **Iniciativas y responsables para la perspectiva de aprendizaje y
crecimiento146**

5.7 **Valoración económica del Cuadro de Mando Integral.....148**

CAPÍTULO 6150

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....150

6.1. Conclusiones.....150

6.2 **Recomendaciones151**

BIBLIOGRAFÍA.....152

ANEXOS155