



Planeación estratégica y nuevos proyectos en empresas propias y/o de familiares
o de otros.

Autores:

Juan José Villegas Rivas

Juan José Mejía Vergara

Director del proyecto

Profesor: Edgar Sarria Campo

Universidad ICESI

Facultad de Ciencias administrativas y económicas,

Administración de Empresas con énfasis en Negocios Internacionales

SANTIAGO DE CALI

2022

Contenido

RESUMEN	5
ABSTRACT	5
PALABRAS CLAVE	6
KEYWORDS.....	6
JUSTIFICACIÓN.....	7
METODOLOGÍA	8
OBJETIVOS	9
Objetivo general:	9
Objetivos específicos:	9
1. Marco teórico de los conceptos de	9
a. Planeación Estratégica.....	9
b. Industria de sistema de riego.....	9
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA:	10
¿Qué productos venden?.....	10
Programador de riego interior: RPS 46 de la marca K-rain.	10
Aspersores Pop-Up: NP sprays de la marca K-rain	11
Aspersores Pop-Up: RPS 75 de la marca K-rain	12
Programador de riego: PRO-LC de Lazmarca K-rain.	12
Electroválvula: Pro-series 150 de la marca K-rain.....	13
Boquillas: Boquillas KVF de alta eficiencia de la marca K-rain.....	14
MARCO TEÓRICO	15
Industria de sistema de riego.....	15
Historia	15
Definición de visión	15
Visión de WAMCO	16
Definición de misión:	16
Misión de WAMCO.....	17
Definición de Ventaja Competitiva	17
Ventaja competitiva	17
Propuesta de valor.....	18
Definición de planeación estratégica	18
MODELOS PLANEACION ESTRATEGICA	18
Modelo de interdependencia de planificación empresarial y de la familia.....	18
Modelo del proceso de administración estratégica	19

Modelo de sostenibilidad de las empresas familiares	20
Modelo del proceso de planificación paralela	21
Modelo del proceso de gestión estratégica de la EF	22
Modelo de William Newman	23
Modelo de planeación de Frank Banghart	23
Modelo de Tom Lambert	24
Modelo de Colón y Rodríguez	25
Modelo de Bateman y Snell	26
Modelo de planeación estratégica SHKG	27
CUADRO COMPARATIVO	1
TRABAJO DE CAMPO	1
Precios y costos de Wamco.....	2
Precios de los productos de la competencia.....	3
Gráficos de comparación del precio con la competencia.	4
Análisis de los datos recolectados en el trabajo de campo	6
Estrategias y proyecciones.....	7
Flujo de caja.....	8
Conclusiones.....	8
Aprendizajes	9
REFERENCIAS	10

RESUMEN

En la presente investigación, se realizará el proceso de planeación estratégica la cual es un desarrollo competitivo a mediano y largo plazo, donde se realizará una investigación de mercados con el fin de identificar los productos que tengan más demanda, para crear una estrategia de ventas que cumpla con los objetivos definidos, garantizando la sostenibilidad de la empresa.

El objetivo general de este proyecto de grado es establecer un nuevo departamento de ventas para los equipos de sistemas de riego enfocados en paisajismo y canchas deportivas.

ABSTRACT

In this research, the strategic planning process will be carried out, with a competitive development in the medium and long term, a market investigation will be carried out to identify the products that have the most demand, to create a sales strategy that meet the defined objectives, ensuring the sustainability of the company.

The general objective of this degree project is to establish a new sales department for irrigation systems equipment focused on landscaping and sports fields.

PALABRAS CLAVE

- Sistemas de riego
- Riego por aspersion
- Paisajismo
- Canchas deportivas
- Planeación estrategica
- Investigación de mercados

KEYWORDS

- Irrigation systems
- Sprinkler irrigation
- Landscaping
- Sports fields
- Strategic planning Market research

JUSTIFICACIÓN

La motivación por la cual se escoge este tema de investigación para el proyecto de grado es la necesidad de ampliar nuestro campo de acción buscando nuevos mercados, los cuales nos ayudarán a generar nuevos volúmenes de ventas para la empresa WAMCO. De este modo, tener un crecimiento de la organización, creando nuevos departamentos, empezando por el de ventas.

Además, debido a la experiencia de Walter Mejía como Ingeniero Mecánico con especialización agrícola, solamente se enfoca en el diseño, implementación y mantenimiento de los sistemas de riego. Debido a lo anterior, se está dejando pasar la oportunidad de aprovechar la venta de los equipos en un mercado poco explorado.

METODOLOGÍA

Con el fin de desarrollar herramientas que nos ayuden a elaborar un modelo de negocio adecuado para la empresa WAMCO, comenzaremos este proyecto de grado con una investigación bibliográfica acerca de la planeación estratégica y como ha sido implementada de formas diferentes en otras organizaciones. Mediante investigaciones cualitativas y cuantitativas recolectaremos información útil para analizar la situación interna y externa de la empresa y definir una meta con base en los objetivos. Además, se establecerá la misión y visión de la organización.

A continuación, se desarrollará un plan de acción a partir de diversas estrategias y tácticas para la implementación y funcionamiento del nuevo departamento de ventas, con el fin de posicionar el nombre de la empresa y de esta forma cumplir sus objetivos. Finalmente, se procederá a realizar un control y seguimiento de la estrategia que nos ayude a evaluar sus resultados.

OBJETIVOS

Objetivo general:

Establecer un nuevo departamento de ventas de los equipos de sistemas de riego enfocados en paisajismo y canchas deportivas, mediante una planeación estratégica de la empresa WAMCO.

Objetivos específicos:

1. Marco teórico de los conceptos de:
 - a. Planeación Estratégica
 - b. Industria de sistema de riego
2. Planeación estratégica de WAMCO
3. Realizar una investigación de mercados.
4. Identificar los productos (equipos) que tengan más demanda.
5. Crear una estrategia de ventas.

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA:

WAMCO S.A.S. es una empresa de ingeniería dedicada a la optimización de recursos hídricos, especialmente al riego y drenaje. Tienen más 27 años de experiencia y realizan todo el proceso que requiere establecer un sistema de riego; desde su concepción, pasando por su diseño e instalación, hasta ofrecer el servicio de mantenimiento y reparación oportuno, así como la evaluación de la eficiencia en diferentes áreas de calidad en el riego.

WAMCO fue establecida el 14 de junio de 1994 en la ciudad de Cali, Colombia. Tienen experiencia con trabajos de riego y drenaje realizados en Chile, Ecuador, Colombia y Estados Unidos, en este último obtuvieron licencias como Constructor de Sistemas de Riego en Palm Beach, Broward y Dade en el estado de Florida.

Los diseños realizados por WAMCO están a la vanguardia en el área de sistemas de riego y son dirigidos por el Walter Mejía, Ingeniero Mecánico con Magister en Ingeniería Agrícola, con mención en Riego y Drenaje de la Universidad de Concepción, Chile; quien cuenta con más de 20 años de experiencia en el área.

¿Qué productos venden?

Programador de riego interior: RPS 46 de la marca K-rain.

El RPS 46 tiene cuatro programas individuales que permiten un riego eficiente en cada programa. Una característica de esta unidad es el ajuste estacional que permite ajustar los tiempos de riego a medida que cambian las estaciones del año. Las características y ventajas que manejan son, de cuatro a seis estaciones, acepta sensor de lluvia y es controlado por el interruptor de deshabilitar, tiene una operación manual muy fácil y tienen una batería de

respaldo. El modelo que ofrece WAMCO es el RPS 46/3506 de 6 estaciones de 110V. (K-rain P.)



(K-rain, RPS 46)

Aspersores Pop-Up: NP sprays de la marca K-rain

Los difusores NP son ideales para Jardines, céspedes y zonas con arbustos, tienen un diseño estrecho que permite un reemplazo sin esfuerzo. Los modelos que ofrece WAMCO son el NP2 de 5cm (2") y los NP4 de 10cm (4"), sus características es que proporcionan flexibilidad en el diseño del sistema, acepta boquillas estándar de rosca hembra, contiene un resorte de acero inoxidable que proporciona una retracción positiva en todas las condiciones del suelo, el rango de presión es de 20 a 50 PSI, el rango del flujo es de 0,18 a 4,4 GPM y por último la entrada es de 1/2" rosca hembra. (K-rain P.)



(K-rain, NP sprays)

Aspersores Pop-Up: RPS 75 de la marca K-rain

El aspersor de turbina está diseñado para el uso residencial, el diseño está basado para que sea fiable y duradero. Esta plataforma está construida para que funcione sin problemas por años, garantiza un funcionamiento de ida y vuelta continuo, con una amplia selección de boquillas de ángulos estándar. Dentro de las características están: un ajuste desde el parte superior muy sencillo y no se necesita una capacitación especial, tiene una rotación completa y parcial de 40 a 360 grados, tiene un sello auto-limpiable que reduce las fugas causadas por residuos atrapados bajo sello, la entrada es de $\frac{3}{4}$ " , tiene cubierta de goma que impide la entrada de suciedad y aumenta la durabilidad del producto, el caudal que maneja es de 0,7 a 8,6 GPM, el rango de presión es de 30 a 70 PSI. (K-rain P.)



(k-rain)

Programador de riego: PRO-LC de Lazmarca K-rain.

Este programador ofrece múltiples funciones interesantes, además de una programación muy sencilla e intuitiva, este programador es ideal para riegos pequeños/medianos, de las

características que manejan son: tiempo de duración de riegos de 1 minuto a 6 horas, tiene energía de reserva de batería tipo botón de litio, el modelo específico que ofrece WAMCO es el 3108 de ocho estaciones, con transformador interno de 110V. (K-rain P.)



(K-rain, PRO-LC)

Electroválvula: Pro-series 150 de la marca K-rain

Estas electroválvulas tienen una construcción de PVC, que la hace resistente al trabajo pesado, corrosión y UV aumentando la vida de la válvula, el tornillo manual externo proporciona para la operación manual de la puesta en marcha inicial del sistema, purgado interno manual a través del solenoide el cual permite el funcionamiento manual sin descargar agua en el exterior de la válvula tiene un control de flujo que permite un ajuste preciso del flujo. El modelo que ofrece WAMCO es el 7101-J-SL sin rosca de 2,5cm (1") hembra y de tapa roscada, el cual tiene un pasador de medición extraíble y un tornillo de purga exterior que permite el fácil mantenimiento y operación manual. (K-rain P.)

PROSERIES 150



(K-rain, Pro series 150)

Boquillas: Boquillas KVF de alta eficiencia de la marca K-rain.

Estas boquillas KVF de alta eficiencia son totalmente ajustables con rosca hembra, los cuales se utilizan para los difusores de series Pro-S y NP de la marca K-rain, además ofrecen flexibilidad al usuario. (K-rain P.)



(K-rain, Boquillas KVF)

MARCO TEÓRICO

Industria de sistema de riego

Historia

Los humanos desde tiempo remotos comprendieron que el agua es indispensable para el crecimiento de las plantas. Los orígenes de los primeros canales y sistemas de riego se remontan hace unos 7000 años atrás para aprovechar las aguas en el río Nilo en Egipto, estos no fueron los únicos, los sumerios en Mesopotamia hace aproximadamente 4400 años, el imperio Inca construyó complejos sistemas de riego, donde no fueron las únicas culturas avanzadas del continente americano.

Hoy en día se riegan actualmente unos 100 millones de hectáreas en cultivos, que representan el 15% de las tierras cultivadas, produciendo el 40% de los alimentos. El riego produce un aumento de los rendimientos, incrementa la producción total y garantiza cosechas estables.

Definición de visión

- Para Jack Fleitman, en el mundo empresarial, la visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad. (Thompson, 2006)
- Warren Bennis y Burt Nanus (1985) identificaron el concepto de visión como un concepto central de la teoría del liderazgo. “Para elegir una dirección, el líder debe desarrollar previamente una imagen mental del estado futuro deseable para la empresa. Esta imagen, que llamaremos visión, puede ser tan vaga como un sueño o tan precisa como una meta o una definición de misión”. (Rivera, 1991)

- La visión se refiere a una situación futura, una condición “que es mejor que la actualmente existente”. (Rivera, 1991)

Visión de WAMCO

El departamento de ventas de WAMCO se ve en cinco años autosustentable y manejando una variedad mayor de productos, debido a que, tendrá clientes fijos a nivel nacional e internacional.

Definición de misión:

- La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: 1. Lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa; 2. Lo que pretende hacer; 3. El para quién lo va a hacer. (Thompson, 2006)
- Algunas empresas creen que la misión es básicamente una herramienta estratégica, una disciplina intelectual que define su razón comercial y su mercado-objetivo. En este contexto, la misión aparece como el primer paso a dar en la gestión estratégica y existe para responder a dos preguntas fundamentales: ¿Cuál es nuestro negocio? y ¿Cuál debería ser?. (Rivera, 1991)
- La misión es la expresión del carácter, identidad y razón de existir de una organización. (Rivera, 1991)

- La misión es un concepto mucho más intemporal, puesto que entronca con la forma en que se dirige la organización hoy y con su propósito. Estas dos ideas son duraderas y pueden suministrar una fuente inagotable de energía y superación (Rivera, 1991)

Misión de WAMCO

Somos una Empresa de ingeniería dedicada a ofrecer los mejores servicios de ingeniería con diseños, construcciones y equipos de la mejor calidad y confiabilidad en el sector de la construcción en el área del riego y drenaje, consientes que somos una solución a los requerimientos hídricos de zonas verdes y Campos deportivos en zonas industriales y residenciales.

Definición de Ventaja Competitiva

- Constituye una destreza o habilidad especial que logra desarrollar una empresa y que la coloca en una posición de preferencia a los ojos del mercado. (Koenes, 1997)
- La ventaja competitiva introducida por Porter guarda una relación estricta con el concepto de valor, que en muchos casos podemos sustituir al concepto tradicional de costo en términos de planificación empresarial. Las dos preguntas fundamentales en que se enfoca la ventaja competitiva son: 1 - ¿cuál es el valor rentable a largo o mediano plazo para un dado tipo de empresa? 2 - ¿cómo puede cada género de empresa asegurarse de producir y perpetuar este valor? (Web y Empresas, s.f.)

Ventaja competitiva

Las ventajas competitivas que tiene WAMCO S.A.S. son; la primera es que tiene distribución exclusiva a nivel nacional de los equipos de sistemas de riego de la empresa americana K-

rain, debido a que tienen ya un recorrido de años de trabajar juntos; la segunda es que WAMCO tiene más de 27 años de experiencia en equipos, instalación y mantenimiento de sistemas de riego para paisajismo y canchas deportivas, y esto les otorga un gran conocimiento acerca de todos los procesos que se deben realizar.

Propuesta de valor

WAMCO es una empresa que distribuye K-rain para Colombia con el respaldo de más de 27 años de experiencia en paisajismo y canchas deportivas.

Definición de planeación estratégica

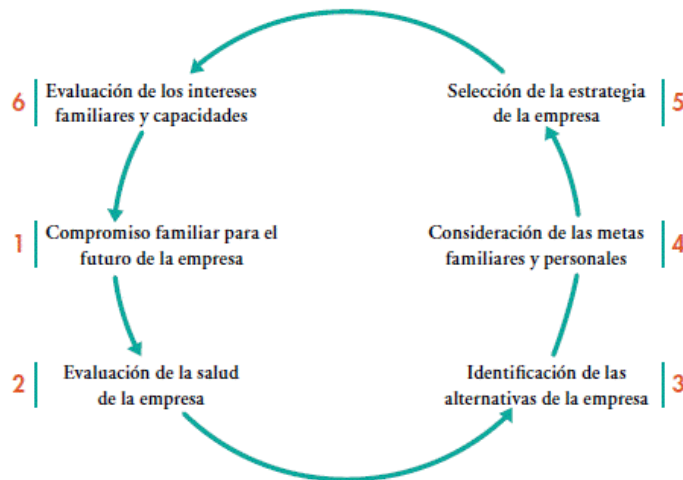
- La planeación estratégica en empresas familiares es el desarrollo de una estrategia de negocios que considera aspectos tanto de la empresa, de la familia, como del entorno, con una clara orientación hacia el crecimiento. En esta estrategia se incorpora la misión de la empresa, la visión empresarial y los planes de acción que permitan alcanzar objetivos estratégicos. (Leandro, 2017)
- La planeación estratégica es el proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones al tiempo. (Sallenave, 2002)

MODELOS PLANEACION ESTRATEGICA

Modelo de interdependencia de planificación empresarial y de la familia

- Ward (2006) propone este modelo, producto de una de las primeras investigaciones sobre las razones críticas y beneficios de la planeación estratégica en empresas familiares. En su análisis proponía que no era necesaria una planeación formal siempre y cuando existiera un pensamiento estratégico y la empresa familiar fuera

pequeña. Además, indicaba que las posibles explicaciones de la necesidad de este tipo de planes giran en torno a las necesidades financieras, graves problemas familiares y de carácter patrimonial. (Leandro, 2017)



(Leandro, 2017)

Modelo del proceso de administración estratégica

Sharma et al. (1997) formularon este marco conceptual de administración estratégica que fue desarrollado a partir de una revisión profunda de literatura. Mencionan que el proceso de administración estratégica, tanto para las empresas familiares como empresas no familiares, se presenta en el mismo sentido: formulación, implementación y control, enfocado hacia el cumplimiento de objetivos. (Leandro, 2017)

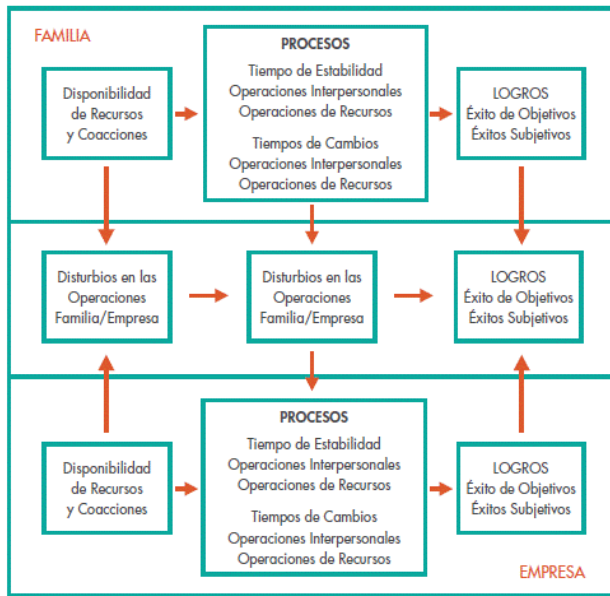


NOTA: La influencia familiar aparece en *negrita cursiva*

(Leandro, 2017)

Modelo de sostenibilidad de las empresas familiares

Este modelo se muestra en la, propuesto por Stafford et al. (1999), y formula que la sostenibilidad de la Empresa Familiar (EF) depende del cumplimiento de los objetivos, tanto de la familia como de la empresa, además de las operaciones que se realizan entre ambos sistemas. De esta forma, la principal meta de este modelo es la planeación estratégica, la tipificación de los recursos, exigencias, procesos y operaciones que deben desarrollarse a nivel familia y empresa que favorecen la sostenibilidad de las EF. Este modelo difiere de los existentes porque incluye la familia en un nivel similar con la empresa, con la intención de obtener un resultado de permanencia o de éxito y conocimiento de una reacción frente a posibles conflictos que se pueden generar o presentar (Araya, 2011). (Leandro, 2017)



(Leandro, 2017)

Modelo del proceso de planificación paralela

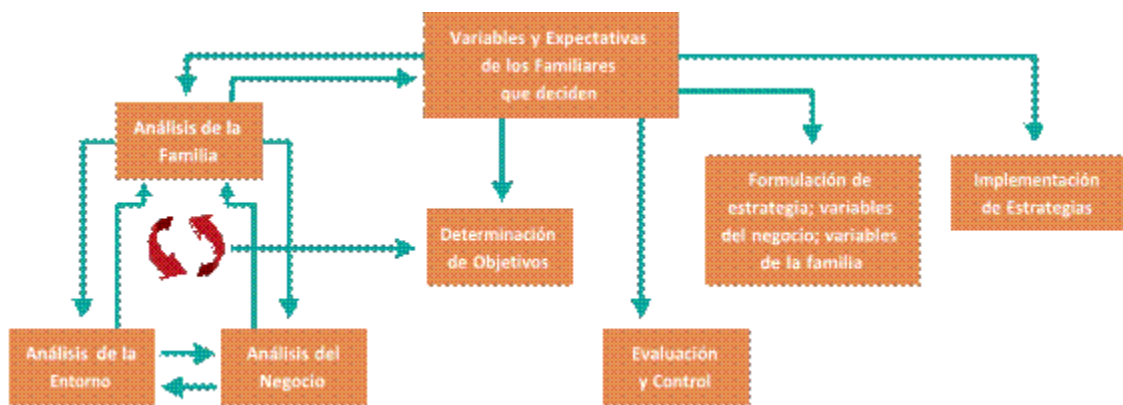
Carlock y Ward (2003) proponen este modelo, llamado Proceso de Planificación Paralela (PPP), que involucra dos aspectos: familia y empresa. En la familia, el PPP involucra los valores esenciales, compromiso de la familia, visión familiar y plan de continuidad. En la empresa, el PPP está constituido por la filosofía de gestión, compromiso estratégico, visión empresarial y plan de estrategia empresarial. (Leandro, 2017)



(Leandro, 2017)

Modelo del proceso de gestión estratégica de la EF

El modelo de gestión estratégica de empresa familiar propuesto por Ussman (2004), el cual tiene dos elementos: análisis situacional y la gestión estratégica. Es un modelo combinado de administración en el que se mezclan tanto objetivos familiares como empresariales. (Leandro, 2017)

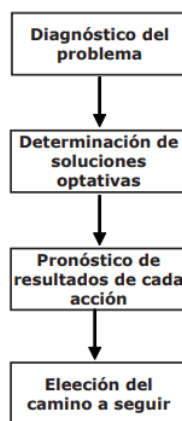


(Leandro, 2017)

Modelo de William Newman

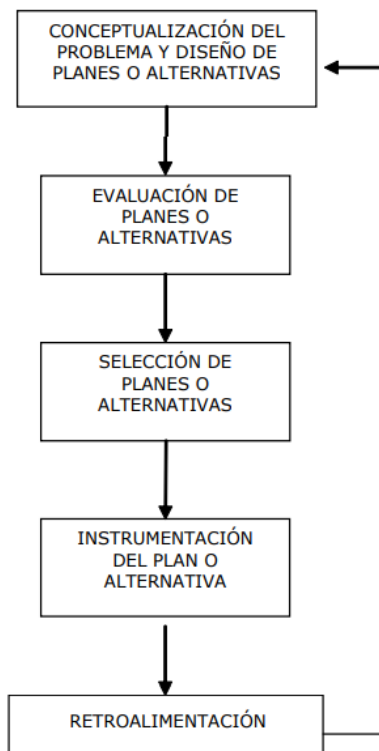
La propuesta de William H. Newman proviene de la teoría Clásica de la Administración. Nos puede parecer un modelo simplista, pero tiene la virtud de centrar la atención al hecho de que el proceso de planeación, estratégica o de otra naturaleza, inicia con la precisión de un diagnóstico relativo a un problema determinado. Implica que la planeación debe resolver problemas u objetivos reales, no a simples especulaciones. (Gomez, 2008)

(Gomez, 2008)



Modelo de planeación de Frank Banghart

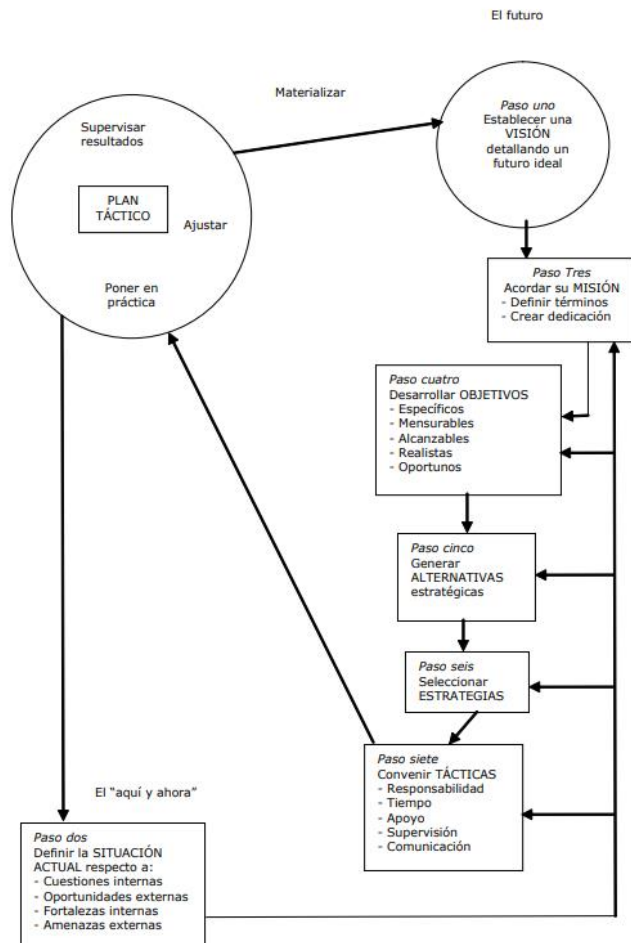
Es una de los modelos más claros y completos del proceso de planeación, es la que propone Frank Banghart en su obra Education Planning, que consta de las siguientes fases: definición del problema, conceptualización del problema y diseño de planes o alternativas, evaluación de planes o de alternativas, selección de planes o de alternativas, instrumentación del plan o de la alternativa y retroalimentación. (Álvarez, 2002, p. 25) (Gomez, 2008)



(Gomez, 2008)

Modelo de Tom Lambert

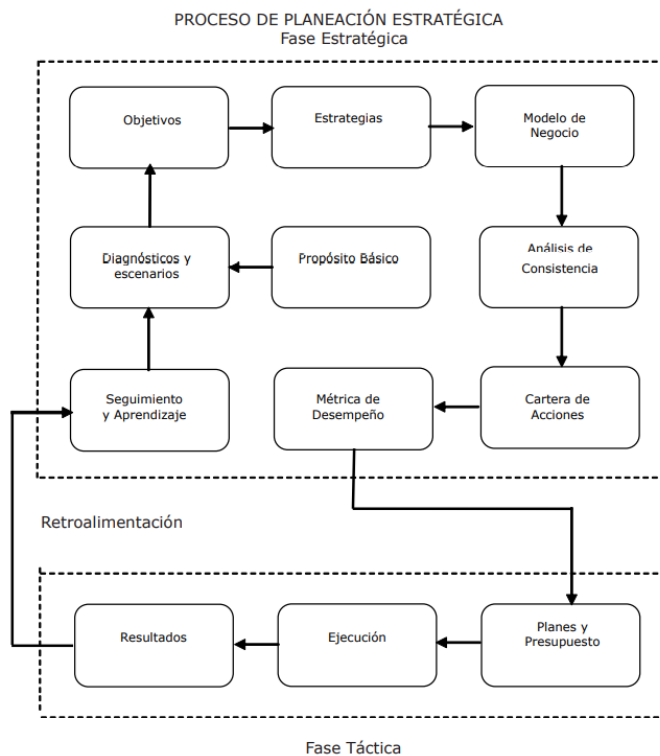
El autor explica su modelo de la siguiente manera: el concepto clave del modelo puede definirse diciendo que lleva al equipo desde donde está hoy en día hasta cualquier futuro ideal que se quiera diseñar. Hace que el pensamiento estratégico pase de lo vago a lo concreto, de la creatividad y la especulación a la precisión y la exactitud y lo hace paso a paso, sencilla y comedidamente. El modelo incorpora otros modelos y técnicas y al modificarse facilita un claro enfoque en los principios esenciales que desempeñarán un papel clave en la materialización de los planes, cultura y logros que la organización persiga de cara al futuro. (Gomez, 2008)



(Gomez, 2008)

Modelo de Colón y Rodríguez

El modelo de Colón y Rodríguez muestra un esquema de modelo general que puede ser sencillo y entendible de aplicar, además de que se puede adaptar a cualquier organización. El modelo inicia con los objetivos del proyecto, lo cual permite centrar las acciones de los planificadores. (Gomez, 2008)



(Gomez, 2008)

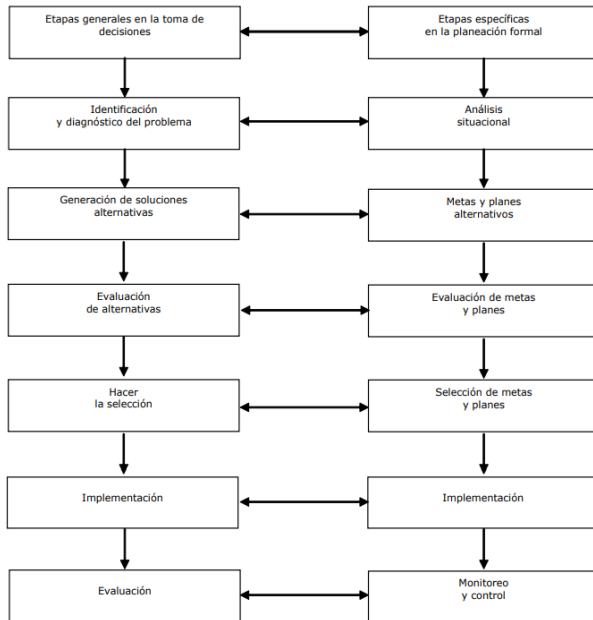
Modelo de Bateman y Snell

Estos dos autores nos proponen un modelo dual el cual trata primero las etapas generales en la toma de decisiones, y segundo, las etapas específicas de la planeación formal.

El primer momento, reúne un conjunto de acciones orientadas a la identificación y precisión del problema que se desea resolver mediante la planeación estratégica.

El segundo momento, trata en llevar a cabo las actividades formales para la objetivación de las ideas, transformándolas en planes y programas susceptibles de ser llevados a la práctica, determinando sus objetivos y metas, así como el proceso de implementación y evaluación correspondiente. (Gomez, 2008)

Figura 5: MODELO DE BATEMAN Y SNELL



(Gomez, 2008)

Modelo de planeación estratégica SHKG

El modelo de Sergio Kauffman González se divide el mapa de planeación en dos cuadrantes:

Del lado derecho, como resultado de éste, están situados los resultados de las reflexiones acerca de lo que se denominan los fundamentos de la planeación.

Del lado izquierdo se ubican las acciones o decisiones estratégicas para poder desarrollar el modelo de planeación. El plan estratégico deberá contar con un conjunto de planes y programas que deben ser identificados, jerarquizados y distribuidos temporalmente (corto, mediano y largo plazos) de acuerdo con su importancia y necesidad, para orientarlos al cumplimiento de los objetivos y metas determinados al término del periodo establecido.

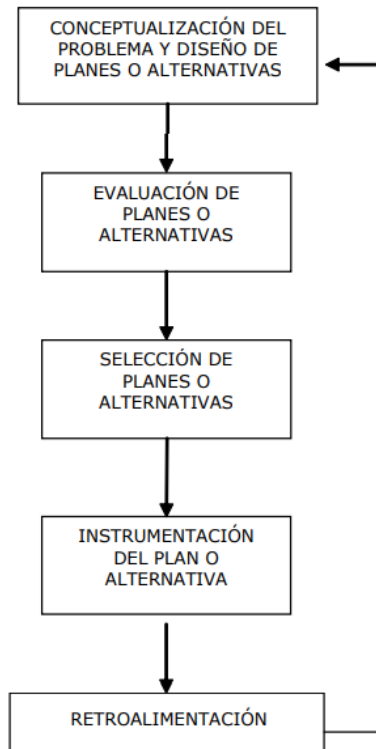
(Gomez, 2008)

CUADRO COMPARATIVO

Fuente: Elaboración propia

	Modelo de interdependencia de planificación empresarial y de la familia	Modelo del proceso de administración estratégica	Modelo de sostenibilidad de las empresas familiares	Modelo del proceso de planificación paralela	Modelo del proceso de gestión estratégica de la EF	William Newman	Frank Banghart	Tom Lambert	Colón y Rodríguez	Bateman y Snell	SHKG
1. Característica											
Incluye a la familia en la planeación			X	X	X						
Situación interna y externa	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X
Fortalezas y oportunidades	X	X			X					X	X
Debilidades y amenazas	X		X		X					X	
Definición del problema						X	X	X	X	X	
Misión y visión	X			X	X			X	X	X	X
Objetivos	X	X	X	X	X			X	X	X	X
Plan tactico	X			X			X				X
Evaluación del plan	X	X	X	X	X		X				
Formulación de estrategias	X	X	X	X		X				X	X
Implementación	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Evaluación del plan	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Oportunidades de mejora				X	X	X	X		X	X	
2. Fortalezas del modelo	<p>* Es un modelo que identifica los siguientes pasos para el desarrollo de un planeamiento estratégico:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tener una radiografía del estado actual de la empresa (FOBA). 2. Establecer el compromiso familiar con el futuro de la empresa que asegure la planificación. 3. Elaborar un análisis financiero para conocer la salud del negocio. 4. Realizar un análisis del mercado para identificar diversas alternativas que se pueden seguir en la empresa en términos administrativos, geográficos, calidad y productividad. 5. Conocer las metas que desea cumplir la familia. 6. Seleccionar la estrategia: exploración de pequeños mercados, enfatizarse en el cliente, entre otras. 7. Evaluar los intereses que tiene la familia. 	<p>*El modelo define que el proceso de administración estratégica, tanto para las empresas familiares como empresas no familiares, se presenta en el mismo sentido: formulación, implementación y control, enfocado hacia el cumplimiento de objetivos.</p>	<p>* El modelo define que la sostenibilidad de la Empresa Familiar depende del cumplimiento de los objetivos, tanto de la familia como de la empresa, además de las operaciones que se realizan entre ambos sistemas. *Este modelo se diferencia de los existentes porque incluye la familia en un nivel similar con la empresa, con la intención de obtener un resultado de permanencia o de éxito y conocimiento de una reacción frente a posibles conflictos que se pueden generar o presentar</p>	<p>*Este modelo involucra dos aspectos: familia y empresa. En la familia, el PPP involucra los valores esenciales, compromiso de la familia, visión familiar y plan de continuidad. En la empresa, el PPP está constituido por la filosofía de gestión, compromiso estratégico, visión empresarial y plan de estrategia empresarial.</p>	<p>*Este modelo tiene dos elementos: análisis situacional y la gestión estratégica. *Es un modelo combinado de administración en el que se mezclan tanto objetivos familiares como empresariales</p>	<p>*Implica que la planeación debe resolver problemas u objetivos reales y no especulaciones. *Enfatiza en las necesidades de encontrar probables soluciones alternativas, para orientar las actividades de planeación.</p>	<p>*Es un modelo similar al de Newman con algunas modificaciones al análisis lo que lo toma mas completo y apto para la toma de decisiones. *Esta dividido en cuatro etapas las cuales permiten realizar una conceptualización del problema, establecer la viabilidad del plan, desarrollar los planes, identificar fallas, corregir y reestructurar el plan con el fin de potenciarlo y alcanzar los objetivos.</p>	<p>*Define muy bien su situación actual, tanto interna como externa. Este plan estratégico no piensa solo ahora sino tambien en el futuro. *Genera alternativas a sus objetivos planteados.</p>	<p>*Su fácil utilización, educación y visión concreta a cualquier tipo de organización o empresa. *este modelo tiene todo lo esencial sin dejar espacios vacíos.</p>	<p>*En este modelo todos los directores son motivados a pensar estratégicamente y a enfocarse tanto en temas externos a largo plazo, como tambien en temas tácticos y operativos de corto plazo. *El modelo consta de seis componentes, el establecimiento de la misión y visión, el análisis de las oportunidades y amenazas externas, análisis de las fortalezas y debilidades internas, el análisis DOFA, la implementación de la estrategia y control de la estrategia.</p>	<p>*Es el resultado del análisis de las propuestas teórico-metodológicas de diferentes autores.</p>

TRABAJO DE CAMPO



Modelo de planeación de Frank Banghart

Paso 1:

Problema: La necesidad de crear un departamento de ventas e incursionar en la comercialización de productos para sistemas de riego, con el fin de diversificar las ventas.

Paso 2 y 3:

- Realizar un análisis de los productos que maneja la empresa WAMCO y seleccionar los que tengan una mayor rotación.

-Realizar una investigación de mercados que incluya información de la competencia nacional (ciudad, dirección, página web, correo, celular/teléfono, misión, visión, ventaja competitiva) productos comercializados con sus respectivos precios.

Paso 4:

Precios y costos de Wamco

En la gráfica que se muestra a continuación, se logra presenciar las especificaciones de los costos, el precio al que se vende al detal y al por mayor, y los precios por instalación de cada uno de los productos (equipos) que maneja la empresa Wamco, donde el costo por unidad esta denotado con el nombre “interno”.



LISTA DE PRECIOS

WAMCO S.A.S.
Pedidos al 300-6033388

Valido hasta:
30 de marzo de 2022

Ref	Descripción	(Interno)	Precio	Precion Instalado	Precio mayorista
RPS75	Aspersor pop up rotor de 3/4" KRAIN RPS75	\$ 29.100,00	\$ 67.185	\$ 83.000	\$ 63.000
NP4	Aspersor spray de 1/2" con boquilla KRAIN NP SPRAY	\$ 6.670,00	\$ 12.895	\$ 31.600	\$ 11.600
KVF15	Boquilla variable hembra para NP4 KRAIN KVF17	\$ 2.900,00	\$ 6.577	\$ 16.200	\$ 6.200
3108	Controlador de 8 estaciones uso externo KRAIN PRO LC	\$ 358.100,00	\$ 777.598	\$ 850.000	\$ 650.000
3506-SPAN	Controlador de 6 estaciones uso interior KRAIN RPS 46	\$ 160.278,00	\$ 472.619	\$ 580.000	\$ 380.000
7101-J-SL	Electrovalvula de 1" soldada KRAIN 150 VALVE JAR TOP	\$ 60.300,00	\$ 139.529	\$ 232.000	\$ 132.000
					<i>PRECIOS SIN IVA</i>
EQUIPOS PARA ENTREGA INMEDIATA					

www.wamco.com.co

Fuente: Elaboración propia

Precios de los productos de la competencia

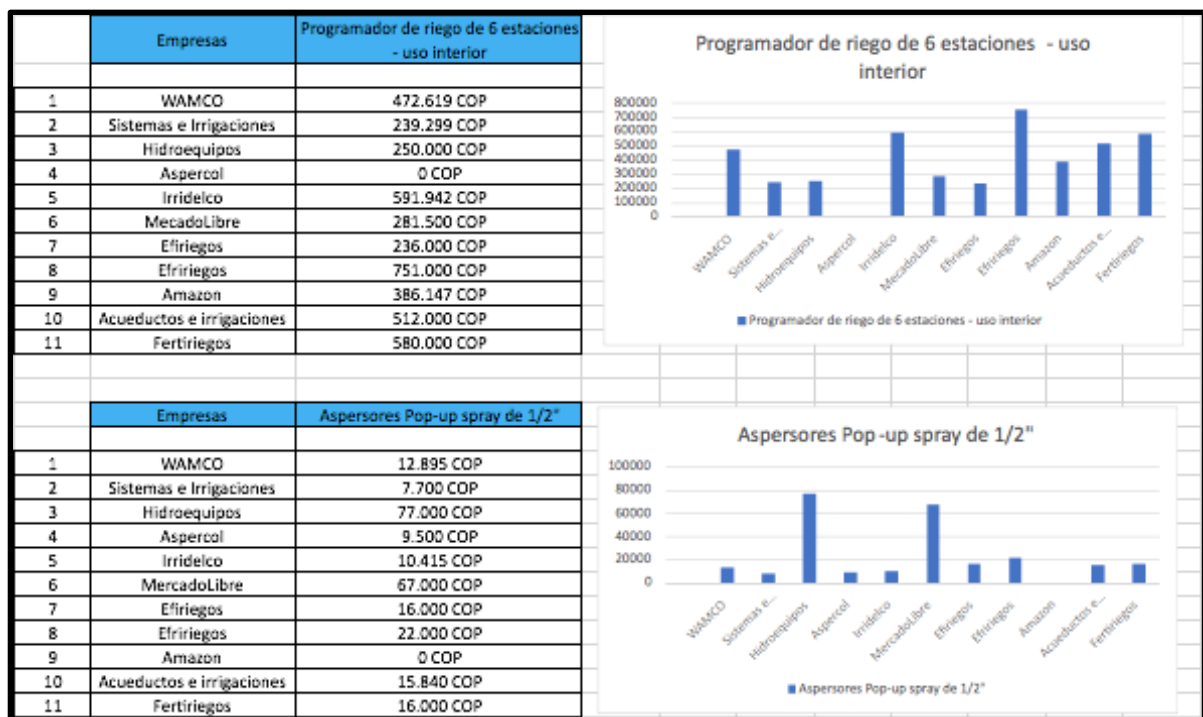
En la siguiente tabla se exhibe los precios por unidad a los que venden cada uno los productos (equipos) la competencia con mayor fuerza que hay en el mercado a nivel nacional y también dos empresas donde su funcionamiento es solamente virtual (Amazon y Mercado Libre). Donde la empresa Wamco se diferencia por su color Azul en la tabla.

#	Empresas y Precios	Productos-precios					
		Programadores de riego de 6 estaciones uso interior	Aspersores Pop-up spray de 1/2"	Aspersor Pop-up rotor de 3/4"	Controladores de 8 estaciones uso exterior	Electroválvulas de 1"	Boquillas variable o ajustable
1	WAMCO	Programador de riego interior: RPS 46 de la marca K-rain.	Aspersores Pop-Up: NP sprays de la marca K-rain	Aspersores Pop-Up: RPS 75 de la marca K-rain	Programador de riego: PRO-LC de Lazmarca K-rain.	Electroválvula: Pro-series 150 de la marca K-rain	Boquillas: Boquillas KVF de alta eficiencia de la marca K-rain.
	Precios	472.619 COP	12.895 COP	67.185 COP	777.598 COP	139.529 COP	6.577 COP
2	Sistemas e Irigaciones	Cepex	Rainbird	Rainbird	Rainbird	Rainbird	VAN
	Precios	239.299 COP	7.700 COP	54.151 COP	657.000 COP	72.268 COP	5.486 COP
3	Hidroequipos	Cepex	Rainbird	Rainbird	Galcon	Rainbird	Rainbird
	Precios	250.000 COP	77.000 COP	72.000 COP	370.000 COP	121.000 COP	7.598 COP
4.	Aspersores Colombianos	No Manejan	Rainbird	Rainbird	Rainbird	Rainbird	VAN
	Precios	0 COP	9.500 COP	64.000 COP	752.000 COP	128.000 COP	6.500 COP
5	Irridelco	Hunter	Hunter	Hunter	Hunter	Hunter	Hunter
	Precios	591.942 COP	10.415 COP	57.871 COP	763.902 COP	88.936 COP	6.538 COP
6	Mercado libre	Rainbird	Rainbird	Rainbird	Rainbird	Rainbird	No Hay
	Precios	281.500 COP	67.000 COP	69.000 COP	1.516.800 COP	126.500 COP	0 COP
7	Efirriegos	Español cepex y Rainbird	Rainbird y Hunter	Rainbird y Hunter	Rainbird	Rainbird	Rainbird
	Precios	236.000 COP	16000 COP	73.000 COP	895.000 COP	109.500 COP	7.735 COP
8	Agropinos	No manejan	No manejan	No manejan	No manejan	No manejan	No manejan
	Precios	0 COP	0 COP	0 COP	0 COP	0 COP	0 COP
9	Amazon	Rainbird	No se encuentran	No se encuentran	Rachio Smart	Hunter	Rainbird
	Precios	386.147 COP	0 COP	0 COP	702.819 COP	76.000 COP	10.000 COP
10	Acueductos e irrigaciones	Rainbird	Rainbird	Rainbird	Rainbird	Rainbird	Rainbird
	Precios	512.000 COP	15.840 COP	49.600 COP	584.000 COP	69.000 COP	5.200 COP
11	Fertirriegos	Rainbird	Rainbird	Rainbird	Rainbird	Rainbird	Rainbird
	Precios	580.000 COP	16.000 COP	59.000 COP	676.000 COP	100.000 COP	9.000 COP

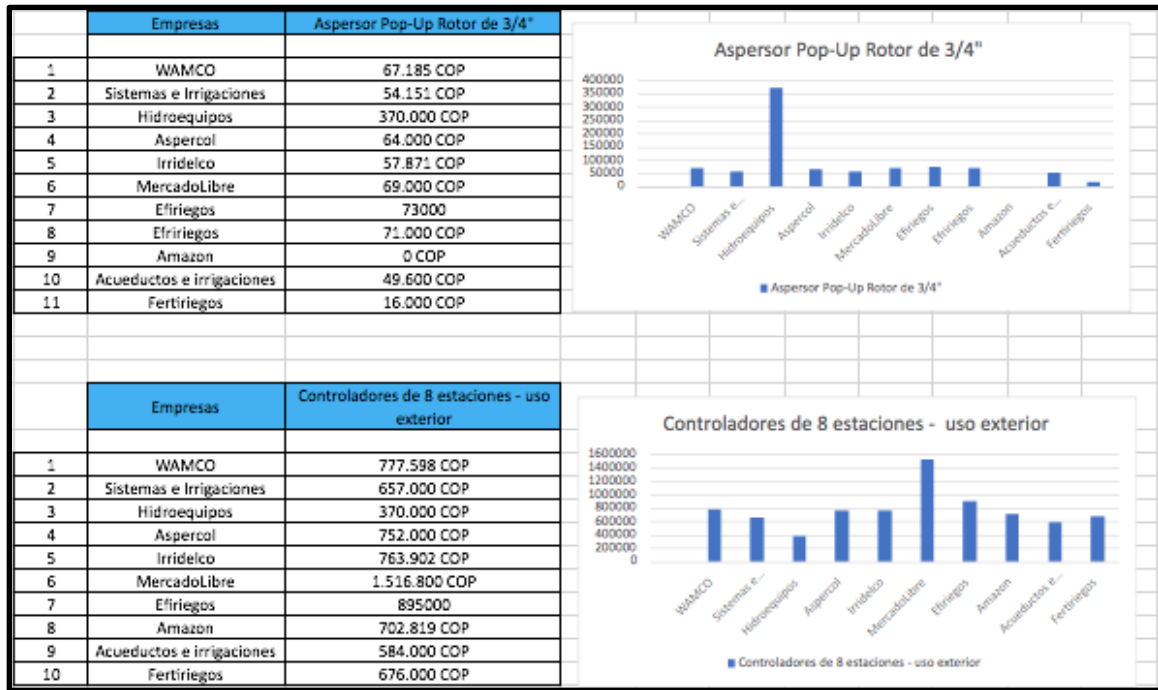
Fuente: Elaboración propia

Gráficos de comparación del precio con la competencia.

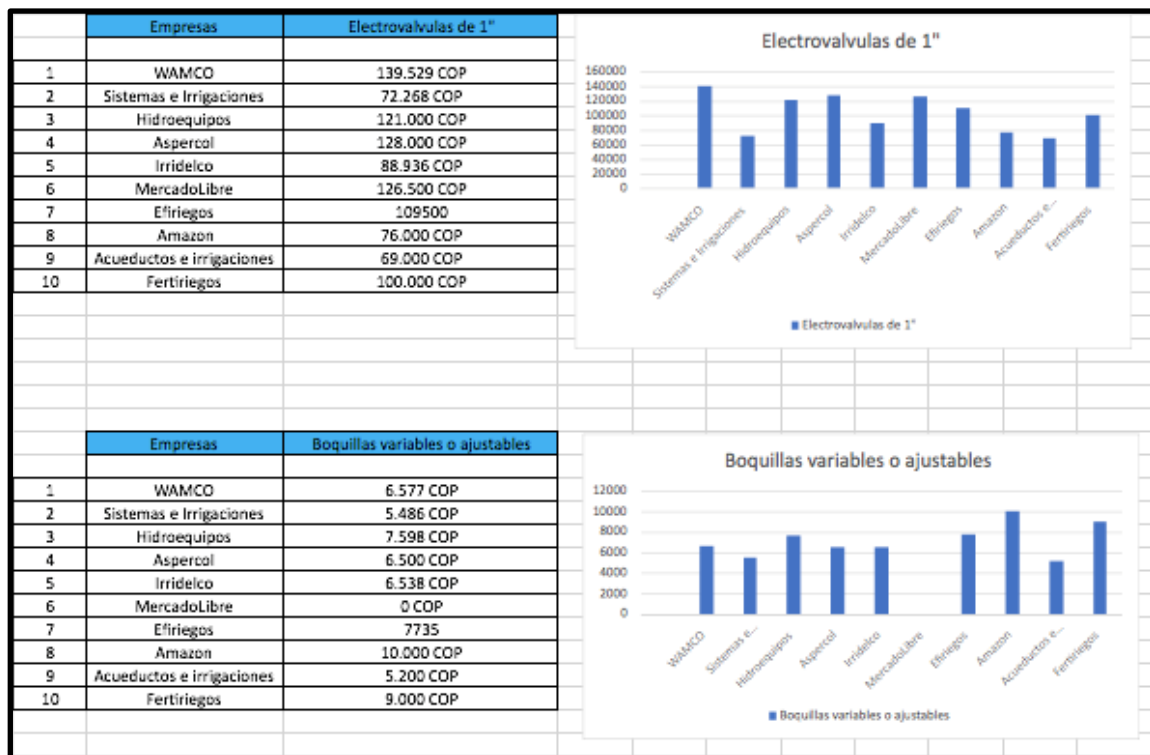
En las siguientes tablas y gráficas se logra evidenciar de manera individual la comparación de los precios de los respectivos productos (equipos) de Wamco contra las demás empresas ya mencionadas en el subtítulo anterior. El motivo para realizar dichas tablas y gráficas es para poder identificar que tan por encima o por debajo están los precios de Wamco con su respectiva competencia y de esta forma, poder elaborar una buena estrategia de ventas y entrar al mercado de una manera efectiva.



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Análisis de los datos recolectados en el trabajo de campo

- A nivel nacional hay más de 20 empresas que venden equipos de sistemas de riego, sin embargo, el poder comunicarse con ellas ha sido muy complicado, es decir, no tienen una buena atención. Con la problemática anterior solo se pudo comunicar con 10 empresas a lo largo de un mes aproximadamente, de las demás nunca se tuvo respuesta.
- En el trabajo de campo se utilizaron seis equipos de sistemas de riego, dado que, son los que maneja la empresa Wamco hoy en día.
- Como se logra evidencia en las gráficas, Wamco frente a su competencia está en algunas muy a la par con el mercado, pero algunas sí tiene unos precios muy elevados, los cuales podrían llegar a generar que los consumidores finales opten por otras empresas, reduciendo
- En la gráfica de programadores de seis estaciones, Wamco es de las empresas que tienen más elevado el precio por encima en comparación con la competencia.
- En la gráfica de aspersores de Pop-Up de $\frac{1}{2}$, Wamco es una de las que tiene el precio por debajo contra sus competidores.
- En gráfica de aspersores de Pop-Up de $\frac{3}{4}$, Wamco está entre las empresas que tienen un valor muy promedio, es decir, no muy elevado y no muy por debajo.
- En la gráfica de controladores de ocho estaciones, Wamco es la segunda empresa con el precio más elevado en comparación respecto al mercado.
- En la gráfica de electroválvulas de 1", Wamco es la empresa que tiene el precio más elevado en comparación con el mercado.
- En la gráfica de boquillas Variables, Wamco está a la par con los precios en comparación con el mercado.

Estrategias y proyecciones

La estrategia que hemos implementado se basa en la investigación de mercados, donde hemos analizado los precios de los productos y la competencia que hay en el mercado nacional actualmente. A partir de dicho análisis decidimos actualizar la lista de los precios de los equipos de sistemas de riego con el objetivo de poder ingresar al mercado de una manera eficaz.

Referencia	Descripción	Interno	Precios consumidor final	%
RPS75	Aspersor Pop-Up rotor de 3/4"	29.100 COP	52.000 COP	22,60%
NP4	Aspersor spray de 1/2" con boquilla	6.670 COP	7.500 COP	41,84%
3108	Controlador de 8 estaciones uso externo	358.100 COP	600.000 COP	22,84%
3506-SPAN	Controlador de 6 estaciones de uso interior	160.278 COP	220.000 COP	53,45%
7101-J-SL	Electrovalvula de 1" soldada	60.300 COP	70.000 COP	49,83%
KVF15	Boquilla variable hembra para NP4	2.900 COP	5.500 COP	16,38%

Fuente: Elaboración propia

En la siguiente tabla se muestra la proyección para tres años con los nuevos precios establecidos en la tabla anterior. En esta podemos evidenciar que para el último mes del tercer año se duplicaron la cantidad de productos que se venderían.

Proyeccion	2%	Mensual											
Proyección de ventas Año 1													
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
RPS75	30	31	31	32	32	33	34	34	35	36	37	37	
NP4	50	51	52	53	54	55	56	57	59	60	61	62	
3108	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
3506-SPAN	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
7101-J-SL	30	31	31	32	32	33	34	34	35	36	37	37	
KVF15	20	20	21	21	22	22	23	23	23	24	24	25	
Proyección de ventas Año 2													
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
RPS75	38	39	40	40	41	42	43	44	45	45	46	47	
NP4	63	65	66	67	69	70	71	73	74	76	77	79	
3108	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
3506-SPAN	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
7101-J-SL	38	39	40	40	41	42	43	44	45	45	46	47	
KVF15	25	26	26	27	27	28	29	29	30	30	31	32	
Proyección de ventas Año 3													
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
RPS75	48	49	50	51	52	53	54	55	57	58	59	60	
NP4	80	82	84	85	87	89	91	92	94	96	98	100	
3108	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
3506-SPAN	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
7101-J-SL	48	49	50	51	52	53	54	55	57	58	59	60	
KVF15	32	33	33	34	35	36	36	37	38	38	39	40	

Fuente: Elaboración propio

Flujo de caja

En la siguiente tabla está establecido el flujo de caja para tres años con respecto a las proyecciones que se determinaron en la tabla anterior. En esta podemos evidenciar el incremento de los ingresos, de los costos y de la utilidad acumulada.

Flujo de caja año1	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
INGRESOS	5.785.000 COP	5.900.700 COP	6.018.714 COP	6.139.088 COP	6.261.870 COP	6.387.107 COP	6.514.850 COP	6.645.147 COP	6.778.050 COP	6.913.611 COP	7.051.883 COP	7.192.920 COP
Importaciones	4.110.256 COP	4.192.461 COP	4.276.310 COP	4.361.837 COP	4.449.073 COP	4.538.055 COP	4.628.816 COP	4.721.392 COP	4.815.820 COP	4.912.136 COP	5.010.379 COP	5.110.587 COP
Costos de ventas	1.500.000 COP	1.500.000 COP	1.500.000 COP	1.500.000 COP	1.500.000 COP	1.500.000 COP	1.500.000 COP	1.500.000 COP	1.500.000 COP	1.500.000 COP	1.500.000 COP	1.500.000 COP
Administración	300.000 COP	300.000 COP	300.000 COP	300.000 COP	300.000 COP	300.000 COP	300.000 COP	300.000 COP	300.000 COP	300.000 COP	300.000 COP	300.000 COP
EGRESOS	5.910.256 COP	5.992.461 COP	6.076.310 COP	6.161.837 COP	6.249.073 COP	6.338.055 COP	6.428.816 COP	6.521.392 COP	6.615.820 COP	6.712.136 COP	6.810.379 COP	6.910.587 COP
Utilidad	-125.256 COP	-91.761 COP	-57.596 COP	-22.748 COP	12.797 COP	49.053 COP	86.034 COP	123.754 COP	162.230 COP	201.474 COP	241.504 COP	282.334 COP
Utilidad acumulada	-125.256 COP	-217.017 COP	-274.613 COP	-297.362 COP	-284.565 COP	-235.512 COP	-149.479 COP	-25.724 COP	136.505 COP	337.980 COP	579.483 COP	861.817 COP

Flujo de caja año 2	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
INGRESOS	14.984.277 COP	15.283.962 COP	15.589.642 COP	15.901.434 COP	16.219.463 COP	16.543.852 COP	16.874.729 COP	17.212.224 COP	17.556.468 COP	17.907.598 COP	18.265.750 COP	18.631.065 COP
Importaciones	10.398.162 COP	10.606.126 COP	10.818.248 COP	11.034.613 COP	11.255.305 COP	11.480.411 COP	11.710.020 COP	11.944.220 COP	12.183.104 COP	12.426.766 COP	12.675.302 COP	12.928.808 COP
Costos de ventas	3.000.000 COP	3.000.000 COP	3.000.000 COP	3.000.000 COP	3.000.000 COP	3.000.000 COP	3.000.000 COP	3.000.000 COP	3.000.000 COP	3.000.000 COP	3.000.000 COP	3.000.000 COP
Administración	600.000 COP	600.000 COP	600.000 COP	600.000 COP	600.000 COP	600.000 COP	600.000 COP	600.000 COP	600.000 COP	600.000 COP	600.000 COP	600.000 COP
EGRESOS	13.998.162 COP	14.206.126 COP	14.418.248 COP	14.634.613 COP	14.855.305 COP	15.080.411 COP	15.310.020 COP	15.544.220 COP	15.783.104 COP	16.026.766 COP	16.275.302 COP	16.528.808 COP
Utilidad	986.115 COP	1.077.837 COP	1.171.394 COP	1.266.821 COP	1.364.158 COP	1.463.441 COP	1.564.710 COP	1.668.004 COP	1.773.364 COP	1.880.831 COP	1.990.448 COP	2.102.257 COP
Utilidad acumulada	1.847.931 COP	2.925.768 COP	4.097.162 COP	5.363.983 COP	6.728.141 COP	8.191.582 COP	9.756.292 COP	11.424.296 COP	13.197.660 COP	15.078.491 COP	17.068.939 COP	19.171.196 COP

Flujo Año 3	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
INGRESOS	36.220.398 COP	36.944.806 COP	37.683.703 COP	38.437.377 COP	39.206.124 COP	39.990.247 COP	40.790.052 COP	41.605.853 COP	42.437.970 COP	43.286.729 COP	44.152.464 COP	45.035.513 COP
Importaciones	22.550.451 COP	23.001.460 COP	23.461.489 COP	23.930.719 COP	24.409.333 COP	24.897.530 COP	25.395.471 COP	25.903.380 COP	26.421.448 COP	26.949.877 COP	27.488.874 COP	28.038.652 COP
Costos de ventas	4.500.000 COP	4.500.000 COP	4.500.000 COP	4.500.000 COP	4.500.000 COP	4.500.000 COP	4.500.000 COP	4.500.000 COP	4.500.000 COP	4.500.000 COP	4.500.000 COP	4.500.000 COP
Administración	900.000 COP	900.000 COP	900.000 COP	900.000 COP	900.000 COP	900.000 COP	900.000 COP	900.000 COP	900.000 COP	900.000 COP	900.000 COP	900.000 COP
EGRESOS	27.950.451 COP	28.401.460 COP	28.861.489 COP	29.330.719 COP	29.809.333 COP	30.297.520 COP	30.795.471 COP	31.303.380 COP	31.821.448 COP	32.349.877 COP	32.888.874 COP	33.438.652 COP
Utilidad	8.269.947 COP	8.543.346 COP	8.822.213 COP	9.106.657 COP	9.396.791 COP	9.692.726 COP	9.994.581 COP	10.302.473 COP	10.616.522 COP	10.936.852 COP	11.263.590 COP	11.596.861 COP
Utilidad acumulada	27.441.144 COP	35.984.490 COP	44.806.703 COP	53.913.361 COP	63.310.151 COP	73.002.878 COP	82.997.459 COP	93.299.931 COP	103.916.453 COP	114.853.306 COP	126.116.895 COP	137.713.757 COP

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Hemos identificado que WAMCO requiere un departamento de ventas para poder expandirse y diversificar su fuente de ingresos y de esta forma continuar en la industria, debido a que

actualmente la empresa está enfocada en el diseño, instalación y mantenimiento de los sistemas de riego.

Con base en la investigación de mercados que hemos realizado, obtuvimos información que nos dio un amplio panorama sobre la competencia y los precios que hay en el mercado, y esto nos ayudó a establecer los nuevos precios para los productos de sistemas de riego de la empresa WAMCO.

A partir de la proyección que hicimos de los nuevos precios de los equipos, determinamos que son alcanzables durante los tres años que se establecieron, dado que, el ritmo de crecimiento de las ventas lo permiten.

Finalmente nos dimos cuenta de que es adecuado implementar un departamento de ventas para la empresa WAMCO, si modificamos los precios de los productos, dado que el convenio con la empresa K-rain nos da libertad de hacerlo y también se ve reflejado en el flujo de caja.

Aprendizajes

Después de haber realizado este trabajo de investigación con el acompañamiento de Edgar Sarria Campo sobre la empresa WAMCO, hemos aprendido los siguientes puntos:

- La importancia de tener un modelo de planeación para cualquier tipo de empresa, ya que ofrece información valiosa y organizada sobre la parte interna de la organización.
- Un modelo de planeación permite ofrecer datos actualizados de la empresa para tomar decisiones acertadas.

- Nos dimos cuenta de que hay diferentes modelos de planeación, cada uno con un enfoque diferente, los cual se adecua a las necesidades específicas que requiera la empresa.
- Aprendimos a trabajar en equipo mediante la asignación de diversas tareas, según las habilidades y conocimientos de cada uno de los miembros del equipo.
- Aprendimos a ser eficientes con los datos que teníamos a disposición
- Aprendimos a realizar e interpretar una investigación de mercados, de los competidores de WAMCO.

REFERENCIAS

- Arvizu, J. I. (2011). INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. ACADEMIA accelerating the words research.
- EcuRed*. (s.f.). Obtenido de https://www.ecured.cu/Sistema_de_Riego
- Gomez, M. C. (2008). *Académicos del Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas de la Universidad Veracruzana*. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/modelos2008-2.pdf>
- Koenes, A. (1997). *La Ventaja Competitiva*. Madrid: DIAZ DE SANTOS, S. A.
- K-rain. (s.f.). Boquillas KVF . *K-rain* . K-rain .
- K-rain. (s.f.). NP sprays . *K-rain* . K-rain .
- K-rain. (s.f.). Pro series 150 . *K-rain* . K-rain .
- K-rain. (s.f.). PRO-LC . *K-rain* . K-rain .
- K-rain. (s.f.). RPS 46 . *K-rain* . K-rain .
- k-rain. (s.f.). RPS 75 . *K-rain* . K-rain .
- K-rain, P. (s.f.). *K-rain*. Obtenido de Krain: [file:///Users/juanjose/Downloads/Product%20Catalog%20Spanish%20\(3\).pdf](file:///Users/juanjose/Downloads/Product%20Catalog%20Spanish%20(3).pdf)
- Leandro, A. A. (Abril de 2017). Modelos de planeación estratégica en las empresas familiares. Cartago, España.
- NOVAGRIC. (2016). Obtenido de <https://www.novagric.com/es/riego/sistemas-de-riego/riego-por-aspersion>

- Rivera, O. (1991). "LOS CONCEPTOS DE: MISION, VISION Y PROPOSITO ESTRATEGICO". Deusto: Universidad Deusto.
- Sallenave, J. P. (2002). Gerencia y planeación estratégica. En J. P. Sallenave, *Gerencia y planeación estratégica* (pág. 51). Bogota: Grupo Editorial Norma.
- Thompson, I. (2006). *Colegio Isma*. Obtenido de <http://www.colegio-isma.com.ar/Secundaria/Apuntes/Mercantil/4%20Mer/Administracion/Mision%20y%20Vision.pdf>
- Web y Empresas*. (s.f.). Obtenido de <https://www.webyempresas.com/>