



---

INTRODUCCIÓN .....	1
RESEÑA HISTORICA.....	3
Logros Representativos de la revista .....	6
Ciclo de Vida de la empresa .....	8
CAPACIDAD PRODUCTIVA DE LA EMPRESA: .....	12
DESCRIPCIÓN DEL SECTOR: .....	13
MARCO LEGAL: .....	14
BENEFICIOS SOCIALES DE “CONCEPTOS” S.R.L: .....	15
DIAGNÓSTICO: .....	16
CAPITULO I	
AREA ESTRATEGICA Y DE MERCADO	
DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO .....	19
1.1.1. IDENTIFICACION Y VALIDACION DE LA MISION, VISION Y OBJETIVOS.- .....	20
1.1.1.1. IDENTIFICACION DE LA MISION DE “CONCEPTOS S. R. L.” .....	20
1.1.1.2. IDENTIFICACIÓN DE LA VISIÓN DE “CONCEPTOS S. R. L.” .....	22
1.1.1.3. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE “CONCEPTOS S.R.L.” .....	25
1.1.1.3.1 TIPOS COMUNES DE OBJETIVOS CORPORATIVOS .....	26
1.1.2 PRINCIPIOS DE LA EMPRESA.- .....	28
1.1.2.1 IDENTIFICACION DE LOS VALORES CORPORATIVOS .....	29
1.2.2 DESCRIPCIÓN DE LOS VALORES .....	30



---

1.1.3 IDENTIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL .....	32
1.1.4. VENTAJA COMPETITIVA.....	35
1.1.5. ANÁLISIS FODA .....	36
1.1.6. ANALISIS DE LOS FACTORES EXTERNOS DE LA EMPRESA (POLITICO-LEGALES, ECONOMICOS, SOCIOCULTURALES Y DEMOGRAFICOS, TECNOLOGICOS Y COMPETITIVOS) .....	38
1.1.6.1 ANÁLISIS DE LA MATRIZ (EFE) .....	44
1.1.7. LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER. ....	45
1.1.7.1. ANALISIS DEL DIAMANTE PORTER:.....	48
1.1.8. ELABORACION DE LA MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO (MPC) .	51
1.1.9. ANALISIS DEL AMBIENTE INTERNO DE LA EMPRESA.....	53
1.1.9.1. ANÁLISIS DE LA MATRIZ (EFI) .....	57
1.1.10. MATRIZ ESTRATÉGICA DOFA.....	58
1.1.10.1. El Análisis DOFA .....	58
1.1.11. MATRIZ DEL PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA.- .....	62
1.2. DIAGNOSTICO DE MERCADO .....	69
1.2.1 IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES CLAVES DE ÉXITO DE LA INDUSTRIA.- .....	69
1.2.2. FACTORES CLAVES DE ÉXITO RELACIONADO CON LA PRODUCCIÓN .....	70
1.2.3. FACTORES CLAVES DE ÉXITO RELACIONADO CON LA MERCADOTECNIA .....	70

---

1.2.4. FACTORES CLAVES DE ÉXITO RELACIONADO CON EL SERVICIO POST- VENTA .....	71
1.2.2. ESTRATEGIA DE LA MEZCLA COMERCIAL.- .....	72
1.2.2.1. PRECIO .....	72
1.2.2.2 PROMOCION .....	75
1.2.2.3 DISTRIBUCION .....	77
1.2.2.4 PRODUCTO .....	79
1.2.3 OFERTA DE SERVICIOS.- .....	81
1.2.2.4 ANÁLISIS DE LAS VENTAS .....	83
1.2.5 ESTUDIO DE MERCADO .....	86
1.2.5.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO .....	87
1.2.5.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	88
1.2.6 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACION DE MERCADO .....	95
1 2.7 CONCLUSIONES DEL ÁREA ESTRATÉGICA Y DE MERCADO. ....	96

## CAPÍTULO II

### ÁREA ORGANIZACIONAL - ADMINISTRATIVO

2.1 EVALUACIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL. ....	99
2.1.1 ORGANIGRAMA.....	99
2.1.1. ANÁLISIS DEL ORGANIGRAMA .....	102
2.1.2 DISEÑO DE LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA .....	103
2.1.3 CONCLUSIONES DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	103

---

2.3.- MANUAL DE FUNCIONES.- .....	104
2.3.1 DESCRIPCIÓN DE LOS CARGOS .....	105
2.3.2 conclusión del manual de funciones .....	110
2.4.- EVALUACIÓN DEL ESTILO DE LIDERAZGO.....	110
2.4.1 CONCEPTO DE LIDERAZGO .....	110
2.4.2 ESTILO DE LIDERAZGO.....	111
2.4.3 ANÁLISIS DEL ESTILO DE LIDERAZGO EN LA EMPRESA “CONCEPTOS” SR.L .....	112
2.4.4. CONCLUSIONES DE LIDERAZGO .....	119
2.5 MOTIVACIÓN, EVALUACIÓN AL DESEMPEÑO, RECOMPENSAS Y CASTIGOS.....	129
2.5.1 CLIMA ORGANIZACIONAL .....	121
2.5.2 CONCLUSIONES DE MOTIVACIÓN.....	122
2.6 PROCESO ADMINISTRATIVO.....	122
2.6.1 SISTEMA DE CONTROL INTERNO.....	122
2.6.1.1 SISTEMA ADMINISTRATIVO CONTABLE. ....	123
2.6.1.2 SUBSISTEMA DE ORGANIZACIÓN. ....	124
2.6.1.3 SUBSISTEMA DE RECURSOS HUMANOS.....	124
2.6.1.4 SUBSISTEMA DE ACTIVOS FIJOS Y SEGUROS. ....	125
2.6.1.5 SUBSISTEMA DE CAJA CHICA. ....	126
2.6.1.6 SUBSISTEMA DE VENTAS. ....	126
2.6.1.7 SUBSISTEMA DE INVENTARIOS. ....	127

---

2.6.1.8 SUBSISTEMA DE OPERACIONES. ....	128
2.6.2 CONCLUSIONES DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO. ....	129
2.7 LA CADENA DE VALOR.....	131
2.7.1 DESARROLLO DE LA CADENA DE VALOR .....	133
2.7.1.1 ACTIVIDADES DE APOYO. ....	133
2.7.1.2 Actividades Primarias. ....	137
2.8 CONCLUSIONES DEL ÁREA ORGANIZACIONAL - ADMINISTRATIVA	140
CAPITULO III	
ÁREA OPERATIVO – FINANCIERO	
3.1 EVALUACIÓN DE LOS PROCESOS, POLÍTICAS Y NORMAS FINANCIERAS .....	142
3.1.1 EVALUACION DE LOS PRINCIPALES PROCESOS DE LA EMPRESA .....	142
3.1.1.1 CONCEPTO DE DIAGRAMA DE FLUJO .....	142
3.1.1.2 PROCESO DE BUSQUEDA DE CLIENTES .....	143
3.1.1.3 PROCESO DE COMERCIALIZACION.....	144
3.1.1.4 PROCESO DE PRODUCCIÓN DE “COOL” .....	146
3.1.1.5 EVALUACION DEL PROCESO COMERCIAL .....	149
3.1.1.5.1 CICLO DEL SERVICIO .....	149
3.1.1.6 PROCESO DE RECURSOS HUMANOS .....	155
3.1.1.7 PROCESO DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL PERSONAL	153

---

3.1.1.7.1 CONCLUSIONES DEL PROCESO DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN .....	157
3.1.1.8 PROCESO DE CONTABILIDAD GENERAL.....	157
3.2 POLITICAS Y NORMAS FINANCIERAS .....	160
3.2.1 CONCEPTO DE POLÍTICAS .....	160
3.2.2 POLÍTICAS DEL ÁREA DE VENTAS .....	161
3.2.2.1 POLÍTICAS DE CRÉDITOS .....	161
3.2.3 POLÍTICAS DEL ÁREA ADMINISTRATIVA.....	162
3.2.3.1 POLÍTICAS DE ADMINISTRACION DE PERSONAL .....	162
3.2.4 CONCLUSIONES DEL ÁREA ADMINISTRATIVA Y DE VENTAS. ....	163
3.2.5 CONCLUSIONES DE LAS POLÍTICAS DEL ÁREA FINANCIERA. ....	164
3.3 EVALUACIÓN FINANCIERA .....	165
3.3.1 CONCEPTO DE ESTADOS FINANCIEROS .....	165
3.3.2 ANALISIS VERTICAL Y HORIZONTAL DEL BALANCE GENERAL Y EL ESTADO DE RESULTADO .....	166
3.3.2.1 INTERPRETACIÓN VERTICAL Y HORIZONTAL DEL BALANCE GENERAL .....	170
3.3.2.2 INTERPRETACIÓN VERTICAL Y HORIZONTAL ÉL ESTADO DE RESULTADO .....	174
3.3.3 ÍNDICES O RATIOS FINANCIEROS .....	174
3.3.3.1 Razón de Liquidez .....	175
3.3.3.2. Ratios de Endeudamiento .....	176

---

3.3.3.4 RAZON DE SOLVENCIA O APALANCAMIENTO .....	178
3.3.3.5 Rotaciones de Cobranzas .....	179
3.3.3.6 Rotación de Activos Totales .....	181
3.3.3.7 Rentabilidad Neta .....	183
3.3.3.9 Rentabilidad sobre Capital (ROE) .....	184
3.3.3.10 Rendimiento sobre Inversión. ....	185
3.3.3.12 CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA .....	186
3.3.4 CONCLUSIONES DEL ÁREA OPERATIVA — FINANCIERA .....	189
CAPITULO IV	
PROPUESTA	
INTRODUCCION A LA PROPUESTA .....	199
RELACIÓN DE LA MATRIZ: PROBLEMA- CAUSA- EFECTO- SOLUCIÓN.-	200
OBJETIVO DE LA PROPUESTA.-.....	202
ALCANCE DE LA PROPUESTA.-.....	202
VIGENCIA DE LA PROPUESTA.- .....	202
JUSTIFICACION DE LA PROPUESTA.- .....	202
CAPITULO V	
PROPUESTA ÁREA ESTRATÉGICA Y DE MERCADO	
5.1 ESTRATEGIA COMERCIAL.- .....	204
5.1.1 Objetivo .....	204
5.1.2 Justificación.....	204