



ÍNDICE GENERAL

I. INTRODUCCIÓN.....	Pág.1
II. RESEÑA HISTÓRICA.....	Pág.3
III. DESCRIPCIÓN DEL SECTOR.....	Pág.10
IV. MARCO LEGAL.....	Pág.12
DIAGNÓSTICO.....	Pág.13
1 Diagnóstico estratégico y de mercado.....	Pág.13
1.1 Diagnóstico estratégico.....	Pág.13
1.1.1 Validación de la misión, visión y objetivos.....	Pág.13
1.1.1.1 Misión.....	Pág.13
1.1.1.1.1 Análisis de la misión de SAMIX.....	Pág.14
1.1.1.2 Visión.....	Pág.15
1.1.1.2.1 Análisis de la visión de SAMIX.....	Pág.16
1.1.1.3 Objetivos.....	Pág.16
1.1.2 Principios de la empresa.....	Pág.19
1.1.3 Ventaja competitiva.....	Pág.20
1.1.3.1 Matriz Perfil de Capacidad Interna.....	Pág.20
1.1.3.1.1 Capacidad directiva.....	Pág.21
1.1.3.1.2 Capacidad competitiva.....	Pág.22
1.1.3.1.3 Capacidad financiera.....	Pág.23
1.1.3.1.4 Capacidad tecnológica.....	Pág.24
1.1.3.1.5 Capacidad del talento humano.....	Pág.25
1.1.3.2 Análisis de la matriz PCI.....	Pág.25
1.1.4 Análisis FODA.....	Pág.26



1.1.5 Análisis externo.....	Pág.28
1.1.5.1 Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE).....	Pág.28
1.1.5.1.1 Oportunidades.....	Pág.29
1.1.5.1.2 Amenazas.....	Pág.30
1.1.5.1.3 Análisis matriz EFE.....	Pág.32
1.1.6 Análisis de la industria.....	Pág.32
1.1.6.1 Las cinco fuerzas competitivas de Porter.....	Pág.32
1.1.6.2 Elaboración de la Matriz del Perfil Competitivo (MPC).....	Pág.37
1.1.6.2.1 Análisis de la matriz MPC.....	Pág.38
1.1.7 Análisis interno.....	Pág.39
1.1.7.1 Matriz EFI.....	Pág.39
1.1.7.1.1 Elaboración de la Matriz de los Factores Internos (EFI).....	Pág.39
1.1.7.1.1.1 Fortalezas.....	Pág.39
1.1.7.1.1.2 Debilidades.....	Pág.42
1.1.7.1.2 Análisis de la matriz EFI.....	Pág.45
1.2 Diagnóstico de mercado.....	Pág.46
1.2.1 Identificación de factores críticos del éxito.....	Pág.46
1.2.2 Validación de la estrategia comercial.....	Pág.47
1.2.2.1 Servicios.....	Pág.48
1.2.2.2 Precio.....	Pág.49
1.2.2.3 Localización.....	Pág.50
1.2.2.4 Promoción.....	Pág.50
1.3 Conclusiones del Área Estratégica y de Mercado.....	Pág.52

2 Diagnóstico organizacional – administrativo.....	Pág.52
2.1 Evaluación de la Estructura Organizacional.....	Pág.52
2.1.1 Organigrama.....	Pág.53
2.1.2 Conclusiones del Organigrama.....	Pág.55
2.1.3 Reglamento Interno.....	Pág.55
2.2 Motivación, Evaluación al desempeño, Recompensas y Castigos	Pág.56
2.3 Clima Organizacional.....	Pág.57
2.4 Conclusiones de Área Organizacional Administrativa.....	Pág.58
3 Diagnóstico Operativo – Financiero.....	Pág.59
3.1 Evaluación de los principales procesos de la empresa.....	Pág. 59
3.1.1 Flujograma del procedimiento de Venta y Cobranza.....	Pág.60
3.1.2 Flujograma del procedimiento de Compras y Suministros.....	Pág.61
3.1.3 Flujograma del procedimiento de Producción del Servicio.....	Pág.63
3.2 Evaluación del Proceso Comercial.....	Pág.64
3.2.1 Ciclo del Servicio.....	Pág.64
3.2.2 Momentos de Verdad.....	Pág.66
3.2.3 Flujogramas de los procedimientos de Recursos Humanos.....	Pág.67
3.2.3.1 Flujograma del procedimiento de Pago de Sueldos y Salarios.....	Pág.67
3.2.3.2 Flujograma del procedimiento de Selección y Contratación de Personal.....	Pág.68
3.2.4 Conclusiones de los Procesos Administrativos de SAMIX.....	Pág.70
3.3 Evaluación Financiera.....	Pág.71
3.3.1 Ratios Financieros.....	Pág.71
i) Liquidez	Pág.72
ii) Actividad.....	Pág.73
iii) Endeudamiento	Pág.74
iv) Rentabilidad	Pág.74
3.3.2 Estructura de Costos	Pág.77
3.3.3 Punto de Equilibrio.....	Pág.80
3.4 Conclusiones del área Operativa – Financiera.....	Pág.81
4 PROPUESTA	Pág.82
4.1 INTRODUCCION A LA PROPUESTA	Pág.82



4.2 RELACION DE LA MATRIZ: PROBLEMA-CAUSA-EFFECTO-SOLUCIÓN	Pág.83
4.2.1 CONCLUSIONES DE LA MATRIZ PROBLEMA-CAUSA-EFFECTO-SOLUCIÓN	Pág.84
4.3 PLANIFICACION ESTRATEGICA	Pág.85
4.3.1 OBJETIVO	Pág.85
4.3.2 JUSTIFICACION	Pág.85
4.3.3 METODOLOGIA	Pág.86
4.3.3.1 TAREA 1: DESARROLLO DE UNA MISIÓN Y VISIÓN ORGANIZACIONALES	Pág.87
4.3.3.1.1 MISION ORGANIZACIONAL PROPUESTA	Pág.87
4.3.3.1.2 VISION ORGANIZACIONAL PROPUESTA	Pág.88
4.3.3.1.3 DIFUSION DE LA MISION Y VISION	Pág.89
4.3.3.2 TAREA 2: ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS	Pág.89
4.3.3.2.1 OBJETIVOS PROPUESTOS	Pág.89
4.3.3.3 TAREA 3: FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS	Pág.91
4.3.3.3.1 ESTRATEGIAS PROPUESTAS SEGÚN ANALISIS FODA	Pág.91
4.3.3.4 TAREA 4: IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS	Pág.94
4.3.3.4.1 ESTRATEGIA FO	Pág.94
4.3.3.4.2 ESTRATEGIA FA	Pág.100
4.3.3.4.3 ESTRATEGIA DO	Pág.102
4.3.3.4.4 ESTRATEGIAS DA	Pág.103
4.3.3.4.5 OPERATIVIZACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS	Pág.105
4.3.3.4.6 PRESUPUESTO DE LAS ESTRATEGIAS	Pág.107
4.3.3.5 TAREA 5: EVALUACIÓN DEL RESULTADO	Pág.108
5. PROYECCIONES Y ANALISIS BENEFICIO COSTO	Pág.109
6. CONCLUSIONES	Pág.112
6.1 ÁREA ESTRATÉGICA Y DE MERCADO	Pág.112
6.2 ÁREA ORGANIZACIONAL – ADMINISTRATIVA	Pág.112



6.3 ÁREA OPERATIVA – FINANCIERA.....	Pág.113
7. RECOMENDACIONES.....	Pág.114
ANEXOS.....	Pág.115
BIBLIOGRAFIA.....	Pág. I

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO No 01.....	Pág.6
CUADRO No 02.....	Pág.7
CUADRO No 03.....	Pág.8
CUADRO No 04.....	Pág.22
CUADRO No 05.....	Pág.23
CUADRO No 06.....	Pág.24
CUADRO No 07.....	Pág.24
CUADRO No 08.....	Pág.25
CUADRO No 09.....	Pág.27
CUADRO No 10.....	Pág.31
CUADRO No 11.....	Pág.36
CUADRO No 12.....	Pág.37
CUADRO No 13.....	Pág.38
CUADRO No 14.....	Pág.44
CUADRO No 15.....	Pág.47
CUADRO No 16.....	Pág.49
CUADRO No 17.....	Pág.54



CUADRO No 18.....	Pág.57
CUADRO No 19.....	Pág.66
CUADRO No 20.....	Pág.76
CUADRO No 21.....	Pág.78
CUADRO No 22.....	Pág.79
CUADRO No 23.....	Pág.79
CUADRO No 24.....	Pág.80
CUADRO No 25.....	Pág.80
CUADRO No 26.....	Pág.83
CUADRO No 27.....	Pág.86
CUADRO No 28.....	Pág.91
CUADRO No 29.....	Pág.93
CUADRO No 30.....	Pág.95
CUADRO No 31.....	Pág.96
CUADRO No 32.....	Pág.97
CUADRO No 33.....	Pág.98
CUADRO No 34.....	Pág.103
CUADRO No 35.....	Pág.105
CUADRO No 36.....	Pág.107
CUADRO No 37.....	Pág.109
CUADRO No 38.....	Pág.109
CUADRO No 39.....	Pág.110
CUADRO No 40.....	Pág.111