

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
BREVE RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA.....	2
DESCRIPCIÓN DEL SECTOR.....	7
TAMAÑO DE LA EMPRESA.....	10
1. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA	11
1.1. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO Y DE MARKETING.....	11
1.1.1. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO.....	11
1.1.1.1. Análisis de la Misión, Visión y objetivos	12
1.1.1.2. Principios de la Empresa.....	23
1.1.1.3. Análisis de la Estrategia Gerencial	24
1.1.1.4. Análisis Externo.....	26
1.1.1.5. Entorno Competitivo.....	31
1.1.1.6. Análisis Interno (Diagnóstico PCI).....	34
1.1.2. DIAGNÓSTICO DE MERCADO.....	44
1.1.2.1. Identificación de Factores Críticos de Éxito.....	45
1.1.2.2. Mezcla de Mercadotecnia.....	48

1.1.2.3.	Validación e Identificación de la Estrategia Comercial...	53
1.1.2.4.	Análisis de las Ventas.....	54
1.1.3.	CONCLUSIONES DEL AREA ESTRATÉGICA Y DE MERCADO.....	56
1.2.	DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL – ADMINISTRATIVO.....	58
1.2.1.	EVALUACIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	58
1.2.1.1.	ELEMENTOS DE LA ORGANIZACIÓN.....	58
1.2.1.1.1.	Organización Formal.....	59
1.2.1.1.2.	Organización Informal.....	60
1.2.1.1.3.	Centralización y Descentralización Administrativa.....	61
1.2.1.1.4.	Departamentalización.....	61
1.2.1.1.5.	Niveles Jerárquicos.....	63
1.2.1.1.6.	Organigrama.....	63
1.2.2.	REGLAMENTO INTERNO.....	65
1.2.3.	MANUAL DE FUNCIONES.....	66
1.2.4.	MOTIVACIÓN DEL PERSONAL....	66

1.2.5. CAPACITACIÓN DEL PERSONAL	69
1.2.6. PRINCIPALES ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	71
1.2.6.1. Reclutamiento del Personal.....	71
1.2.6.2. Selección del Personal.....	72
1.2.6.3. Contratación del Personal.....	72
1.2.7. PROCESO ADMINISTRATIVO.....	73
1.2.7.1. Planificación.....	73
1.2.7.2. Organización.....	74
1.2.7.3. Dirección.....	74
1.2.7.4. Control.....	75
1.2.8. CONCLUSIONES DEL ÁREA ORGANIZACIONAL – ADMINISTRATIVA.....	76
1.3. DIAGNÓSTICO OPERATIVO – FINANCIERO.....	78
1.3.1. EVALUACIÓN DE LOS PRINCIPALES PROCESOS DE LA EMPRESA.....	78
1.3.1.1. Proceso de Ventas.....	78
1.3.1.2. Proceso de Cobranzas.....	81
1.3.1.3. Proceso de Recursos Humanos.....	82

1.3.2. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	84
1.3.2.1. INDICADORES FINANCIEROS.....	84
1.3.2.1.1. Razones de Liquidez.....	85
1.3.2.1.2. Razones de Actividad.....	89
1.3.2.1.3. Razones de Endeudamiento.....	93
1.3.2.1.4. Razones de Rentabilidad.....	95
1.3.2.2. ANALISIS HORIZONTAL.....	100
1.3.2.3. ANÁLISIS VERTICAL.....	100
1.3.2.4. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	114
1.3.2.5. ESTRUCTURA DE COSTOS.....	115
1.3.3. CONCLUSIONES DEL AREA OPERATIVA – FINANCIERA.....	119
2. ASPECTOS GENERALES DE LA PROPUESTA.....	121
2.1 INTRODUCCIÓN.....	121
2.2 ESQUEMA GENERAL DE LA PROPUESTA.....	121
2.3 DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	123
2.3.1 Propósito y Alcance Del CMI.....	126
2.3.2 Definición De La Estrategia y Objetivo.....	129

2.3.3 Factores Críticos De Éxito.....	132
2.3.4 Definición De Objetivos, Indicadores y Metas.....	133
2.3.5 Relación Causa – Efecto.....	165
2.3.6 Desarrollo Del CMI.....	168
2.3.7 Proceso De Desarrollo.....	174
2.4 IMPLEMENTACIÓN Y PUESTA EN MARCHA.....	175
2.4.1 Alineación.....	176
2.4.2 Construcción E Implementación Del CMI.....	178
2.4.3 Consideraciones Finales.....	187
3. CONCLUIONES GENERALES.....	188
ANEXOS.....	192