

INDICE GENERAL

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA.....	2
1.2 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR.....	3
1.3 MARCO LEGAL.....	5

CAPITULO II

2. DIAGNOSTICO INTEGRAL DE LA EMPRESA.....	7
2.1 ÁREA ESTRATÉGICA Y DE MERCADO.....	8
2.1.1. DIAGNOSTICO ESTRATÉGICO.....	8
2.1.1.1. VALIDACIÓN DE LA MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS.....	9
2.1.1.2. PRINCIPIOS DE LA EMPRESA.....	16
2.1.1.3. VALIDACIÓN DE LA ESTRATEGIA GERENCIAL.....	18
2.1.1.4. ANÁLISIS EXTERNO (MATRIZ EFE).....	19
2.1.1.4.1. IDENTIFICACIÓN DE LAS OPORTUNIDADES.....	20
2.1.1.4.2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AMENAZAS.....	22
2.1.1.4.3. CONCLUSIONES DE LA MATRIZ EFE.....	24
2.1.1.5. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA (DIAMANTE DE PORTER).....	25
2.1.1.6. ANÁLISIS INTERNO.....	34
2.1.1.6.1. ELABORACIÓN DE LA MATRIZ DE FACTORES INTERNOS (EFI).....	34
2.1.1.6.2. CONCLUSIONES DE LA MATRIZ DE FACTORES INTERNOS (EFI).....	39
2.1.1.7. MATRIZ DE PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA (PCI).....	40
2.1.1.7.1. CAPACIDAD DIRECTIVA.....	41
2.1.1.7.2. CAPACIDAD COMPETITIVA.....	42
2.1.1.7.3. CAPACIDAD FINANCIERA.....	42
2.1.1.7.4. CAPACIDAD TECNOLÓGICO.....	43
2.1.1.7.5. CAPACIDAD TALENTO HUMANO.....	43
2.1.2. DIAGNOSTICO DE MERCADO.....	44

2.1.2.1. ANTECEDENTES DEL PRODUCTO.....	44
2.1.2.2. SISTEMAS DE PRODUCCIÓN.....	46
2.1.2.3. ÁREAS DE PRODUCCIÓN.....	48
2.1.2.4. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.....	59
2.1.2.5. PRODUCCIÓN.....	50
2.1.2.6. USOS DE LA SOYA.....	51
2.1.2.7. CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMO.....	52
2.1.2.8. TRANSFORMACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.....	53
2.1.3 CONCLUSIONES DEL ÁREA ESTRATÉGICA Y DE MERCADO.....	54
2.2. DIAGNOSTICO ORGANIZACIONAL ADMINISTRATIVO.....	56
2.2.1. EVALUACIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	57
2.2.1.1 ORGANIGRAMA.....	57
2.2.2. INVENTARIO DE RECURSOS HUMANOS.....	59
2.2.3. REGLAMENTO INTERNO.....	60
2.2.4. MANUAL DE ORGANIZACIÓN.....	61
2.2.5. EVALUACIÓN DE LA MOTIVACIÓN Y EL ESTILO DE LIDERAZGO... 61	
2.2.5.1. MOTIVACIÓN.....	61
2.2.5.2. LIDERAZGO.....	63
2.2.5.2.1. COMPONENTES DEL LIDERAZGO.....	63
2.2.5.2.2. ESTILO DE LIDERAZGO.....	64
2.2.6. CONCLUSIONES DEL ÁREA ORGANIZACIONAL ADMINISTRATIVA.....	65
2.3. DIAGNOSTICO OPERATIVO – FINANCIERO.....	68
2.3.1. EVALUACIÓN DE LOS PRINCIPALES PROCESOS DE LA EMPRESA.....	68
2.3.1.1. PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN.....	68
2.3.1.2. PROCESO DE COBRANZAS	69
2.3.1.3. PROCESO DE COMPRAS Y SUMINISTROS.....	69
2.3.1.4. PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	70
2.3.1.5. PROCESO DE RECURSOS HUMANOS.....	70
2.3.2. SISTEMAS DE EVALUACIÓN Y CONTROL.....	70
2.3.3. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	71
2.3.3. ANÁLISIS FINANCIEROS.....	71
2.3.3.1. ANÁLISIS HORIZONTAL.....	76
2.3.3.2. ANÁLISIS VERTICAL.....	77

2.3.3.2.1. ANÁLISIS VERTICAL DEL BALANCE GENERAL.....	78
2.3.3.2.2. ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADOS DE RESULTADOS.....	80
2.3.3.3. INDICADORES FINANCIEROS.....	81
2.3.3.4. CONCLUSIONES DEL ÁREA FINANCIERA.....	89

CAPITULO III

INTRODUCCIÓN.....	92
3.1. MATRIZ DE RELACIÓN CAUSA-EFECTO-SOLUCIÓN.....	92
3.2 PROPUESTA DEL ÁREA ESTRATÉGICA.....	95
3.2.1 ALCANCE DE LA SOLUCIÓN A IMPLEMENTAR.....	95
3.2.2 ESQUEMA GENERAL DE LA PROPUESTA PARA EL ÁREA ESTRATÉGIC.....	95
3.2.3 PLAN ESTRATÉGICO.....	96
3.2.3.1 METODOLOGÍAS.....	96
3.2.3.2 DEFINICIÓN DE LOS PRINCIPIOS.....	98
3.2.3.3. FORMULACIÓN DE LA MISIÓN.....	100
3.2.3.4. FORMULACIÓN DE LA VISIÓN.....	103
3.2.3.5 PROCESO DE DIFUSIÓN DE LA MISIÓN Y VISIÓN.....	104
3.2.3.6 ESTABLECIMIENTOS DE LOS OBJETIVOS.....	105
3.3 PROPUESTA PARA EL ÁREA ORGANIZACIONAL-ADMINISTRATIVA.	106
3.3.1 SUPUESTOS	106.
3.3.2 MANUAL DE FUNCIONES.....	108
3.4 REGLAMENTO INTERNO.	125
3.4.1 IMPLEMENTACIÓN DEL REGLAMENTO INTERNO.....	125
3.5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	149
3.5.1 CONCLUSIONES FINALES.....	149
3.5.2 RECOMENDACIONES.....	149
ANEXOS.....	151
BIBLIOGRAFÍA.....	156