

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
INTRODUCCIÓN	1
ANTECEDENTES	9
DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO Y DE MERCADOTECNIA	1
CAPÍTULO I	12
1. DIAGNÓSTICO	12
1.1. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO Y DE MERCADOTECNIA	12
1.1.1. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO	14
1.1.1.1. VALIDACIÓN DE LA MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS	14
1.1.1.1.1. VALIDACIÓN DE LA MISIÓN	14
1.1.1.1.2. IDENTIFICACIÓN DE LA VISIÓN	17
1.1.1.1.3. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETIVOS	19
1.1.1.2. PRINCIPIOS DE LA ORGANIZACIÓN	21
1.1.1.2.1. DESCRIPCIÓN DE LOS VALORES	21
1.1.1.3. ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA GERENCIAL	23
1.1.1.4. ANÁLISIS EXTERNO (MATRIZ EFE)	24
1.1.1.4.1 ELABORACIÓN MATRIZ EFE.....	25
1.1.1.4.2. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	29
1.1.1.5. ANÁLISIS DEL SECTOR SEGÚN PORTER	30
1.1.1.6. ANÁLISIS INTERNO	36
1.1.1.6.1. ELABORACIÓN Y ANÁLISIS DE LA MATRIZ DE LOS FACTORES INTERNOS (EFI).....	51
1.1.1.7. ANÁLISIS INTERNO: MATRIZ PCI (PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA)	58
1.1.1.7.1. CAPACIDAD DIRECTIVA	59
1.1.1.7.2. CAPACIDAD COMPETITIVA.....	61

1.1.1.7.3. CAPACIDAD FINANCIERA	62
1.1.1.7.4. APACIDAD TECNOLÓGICA.....	62
1.1.1.7.5. CAPACIDAD DEL TALENTO HUMANO	63
1.1.2. DIAGNÓSTICO DE MERCADOTECNIA.....	65
1.1.2.1. ELABORACIÓN Y ANÁLISIS DE LA MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO (MPC)	65
1.1.2.2. IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES CRITICOS DE ÉXITO (FCE).....	67
1.1.2.3. VALIDADCIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LA ESTRATÉGIA DE MERCADOTÉCNIA	68
1.1.2.4. MEZCLA DE MERCADOTÉNIA	68
1.1.2.4.1. PRODUCTO	69
1.1.2.4.1.1. Matriz de Boston Consulting Group (BCG) ...	69
1.1.2.4.2. PRECIO	72
1.1.2.4.3. PLAZA.....	72
1.1.2.4.4. PROMOCIÓN.....	72
1.1.2.5. ANÁLISIS DE LAS VENTAS.....	73
1.1.3. CONCLUSIONES DEL ÁREA ESTRATÉGICA Y DE MERCADO	74
DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL ADMINISTRATIVO	12
1.2. DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL – ADMINISTRATIVO.....	76
1.2.1. EVALUACIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	77
1.2.1.1. ORGANIGRAMA	77
1.2.1.2. ANÁLISIS DEL ORGANIGRAMA	79
1.2.2. INVENTARIO DE RECURSOS HUMANOS	79
1.2.3. REGLAMENTO INTERNO.....	79
1.2.4. MANUAL DE FUNCIONES.....	80
1.2.5. ANÁLISIS DEL ESTILO DE LIDERAZGO	80
1.2.5.1. ANÁLISIS DEL ESTILO DE LIDERAZGO EN LA EMPRESA DICOM SRL.....	81
1.2.6. PRINCIPALES ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	82
1.2.7. PROCESOS ADMINISTRATIVOS/ PROCEDIMIENTOS.....	83

1.2.8. ONCLUSIONES DEL ÁREA ORGANIZACIONAL ADMINISTRATIVA	85
DIAGNÓSTICO OPERATIVO FINANCIERO	87
1.3. DIAGNÓSTICO OPERATIVO – FINANCIERO	87
1.3.1. EVALUACIÓN DE LOS PRINCIPALES PROCEDIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	87
1.3.1.1. PROCEDIMIENTO DE COMPRAS	87
1.3.1.2. PROCEDIMIENTO DE VENTAS	90
1.3.1.3. PROCEDIMIENTO DE COBRANZAS	92
1.3.1.4. PROCEDIMIENTO DE RRHH	92
1.3.1.5. PROCEDIMIENTO CONTABLE	93
1.3.2. EVALUACIÓN FINANCIERA	94
1.3.3. ANÁLISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	94
1.3.3.1. ANÁLISIS HORIZONTAL	95
1.3.3.1.1. INTERPRETACIÓN HORIZONTAL DEL BALANCE GENERAL	100
1.3.3.1.2. INTERPRETACIÓN HORIZONTAL DEL ESTADO RESULTADOS	101
1.3.3.2. ANÁLISIS VERTICAL	101
1.3.3.2.1. INTERPRETACIÓN VERTICAL DEL BALANCE GENERAL	106
1.3.3.2.2. INTERPRETACIÓN VERTICAL DEL ESTADO RESULTADO	106
1.3.3.3. INDICADORES FINANCIEROS	106
1.3.3.3.1. ANÁLISIS DE LIQUIDEZ	109
1.3.3.3.2. ANÁLISIS DE GESTIÓN O ACTIVIDAD	110
1.3.3.3.3. ANÁLISIS DE ENDEUDAMIENTO O APALANCAMIENTO	111
1.3.3.3.4. ANÁLISIS DE RENTABILIDAD	111
1.3.4. CONTROL INTERNO	112
1.3.5. CONCLUSIONES DEL ÁREA OPERATIVA FINANCIERA	113
PROPUESTA	115

CAPÍTULO II.....	115
2. ANÁLISIS INICIAL DE LA PROPUESTA INTEGRAL.....	115
2.1. PROPUESTA PARA EL ÁREA ESTRATÉGICA Y DE MERCADOTECNIA	117
2.1.1. SUPUESTOS DE LA PROPUESTA.....	117
2.1.2. LÍMITES Y ALCANCES DE LA PROPUESTA.....	117
2.1.3. NUEVA MISIÓN DE DICOM SRL.....	117
2.1.4. NUEVA VISIÓN DE DICOM SRL	118
2.1.5. OBJETIVOS DE LA EMPRESA DICOM SRL.....	119
2.1.6. FORMULACIÓN Y SELECCIÓN DE ESTRATEGIAS.....	120
2.1.6.1. PLANES DE ACCIÓN	123
2.2. PROPUESTA PARA EL ÁREA ORGANIZACIONAL – ADMINISTRATIVA	127
2.2.1. SUPUESTOS DE LA PROPUESTA	127
2.2.2. LÍMITES Y ALCANCES DE LA PROPUESTA.....	127
2.2.3. MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	127
2.2.3.1. MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES PARA LA EMPRESA DICOM SRL.....	128
2.2.4. REGLAMENTO INTERNO.....	128
2.3. PROPUESTA PARA EL ÁREA OPERATIVA- FINANCIERA	129
2.3.1. SUPUETOS DE LA PROPUESTAS	129
2.3.2. LÍMITES Y ALCANCE DE LA PROPUESTA	129
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	130
CAPÍTULO III.....	130
3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	130
3.1. CONCLUSIONES	130
3.2. RECOMENDACIONES.....	131
ANEXOS	130
BIBLIOGRAFÍA	266
WEB-GRAFÍA	267