

ÍNDICE

Pág.

INTRODUCCIÓN

| | |
|-------------------------------------|---|
| 1. Introducción | 1 |
| 2. Antecedentes de la empresa | 1 |

CAPÍTULO I – DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO Y DE MERCADOTECNIA

| | |
|---|----|
| 1. DIAGNÓSTICO | 1 |
| 1.1. Diagnóstico Estratégico y de Mercadotecnia..... | 5 |
| 1.1.1. Diagnóstico Estratégico | 5 |
| 1.1.1.1. Validación de la Misión..... | 6 |
| 1.1.1.2. Validación de la Visión | 7 |
| 1.1.1.3. Validación de los objetivos | 7 |
| 1.1.1.4. Valores y Principios de la organización | 9 |
| 1.1.2. Análisis de la Estrategia Gerencial | 10 |
| 1.1.2.1. Análisis del macro entorno externo..... | 11 |
| 1.1.2.2. Proveedores | 21 |
| 1.1.2.3. Clientes..... | 23 |
| 1.1.2.4. Productos Sustitutos | 23 |
| 1.1.2.5. Barrera de Entrada y Salida..... | 23 |
| 1.1.3. Análisis Interno: Diagnóstico del Perfil de Capacidad Interna (PCI)..... | 26 |
| 1.1.3.1. Capacidad Directiva | 27 |
| 1.1.3.2. Capacidad Tecnológica | 29 |
| 1.1.3.3. Capacidad de Talento | 30 |
| 1.1.3.4. Capacidad Competitiva | 31 |
| 1.1.3.5. Capacidad Financiera | 33 |
| 1.1.4. Diagnóstico de Mercadotecnia..... | 34 |
| 1.1.4.1. Identificación de Factores Críticos de Éxito..... | 34 |
| 1.1.4.2. Conocimientos y penetración de mercado..... | 35 |
| 1.1.4.3. Identificación y Validación de la Estrategia de Mercadotecnia | 35 |
| 1.1.4.4. Oferta de Productos | 35 |
| 1.1.4.5. Análisis de las Ventas..... | 36 |

| | |
|--|----|
| 1.1.4.6. Investigación de Mercado..... | 43 |
| 1.1.4.7. Conclusiones de la investigación de mercado a los clientes potenciales..... | 51 |
| 1.1.4.8. Conclusiones del Área Estratégica y de Mercadotecnia..... | 51 |

CAPÍTULO II – DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL ADMINISTRATIVO

| | |
|---|----|
| 2. DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL ADMINISTRATIVO | 53 |
| 2.1. Evaluación de la estructura organizacional..... | 53 |
| 2.1.1. Organigrama | 54 |
| 2.1.2. Análisis del Organigrama..... | 55 |
| 2.1.3. Inventario de Recursos Humanos..... | 55 |
| 2.1.4. Reglamento Interno..... | 55 |
| 2.1.5. Manual de Organización y Funciones..... | 56 |
| 2.1.6. Análisis del Estilo de Liderazgo | 57 |
| 2.1.6.1. Concepto de Liderazgo..... | 57 |
| 2.1.6.2. Componentes de Liderazgo | 57 |
| 2.1.6.3. Estilo de Liderazgo | 58 |
| 2.1.6.4. Análisis del Estilo de Liderazgo en G & B ENTERPRISES..... | 58 |
| 2.1.7. Principales Aspectos Administrativos..... | 60 |
| 2.1.7.1. Motivación al Personal..... | 60 |
| 2.1.7.2. Ambiente Laboral..... | 60 |
| 2.1.7.3. Capacitación por parte de la empresa..... | 61 |
| 2.1.8. Procesos Administrativos / Procedimientos..... | 62 |
| 2.1.9. Conclusiones del Área Organizacional – Administrativa | 64 |

CAPÍTULO III – DIAGNÓSTICO OPERATIVO FINANCIERO

| | |
|---|----|
| 3. DIAGNÓSTICO OPERATIVO FINANCIERO | 65 |
| 3.1. Evaluación de los principales procesos de la organización..... | 65 |
| 3.1.1. Procesos de Producción | 65 |
| 3.1.2. Etapas del Proceso de Elaboración de los Chocolates Selenitas..... | 66 |
| 3.1.3. Proceso de Ventas | 71 |
| 3.1.3.1. Proceso de Compras y Suministros | 72 |
| 3.1.3.2. Proceso de Recursos Humanos..... | 74 |

| | |
|--|----|
| 3.1.4. Evaluación Financiera..... | 75 |
| 3.1.4.1. Indicadores Financieros..... | 76 |
| 3.1.4.2. Análisis Horizontal..... | 76 |
| 3.1.4.3. Análisis Vertical..... | 76 |
| 3.1.5. Conclusión del Área Operativa - Financiera..... | 84 |

CAPÍTULO IV – PROPUESTA

| | |
|--|-----|
| 4. INTRODUCCIÓN A LA PROPUESTA | 85 |
| 4.1. FODA - Estratégico | 86 |
| 4.2. Matriz de Relación Causa – Efecto – Solución..... | 87 |
| 4.3. Esquema Nº 1 de la Propuesta..... | 89 |
| 4.4. Propuesta Área Estratégica y Área Administrativa Organizacional | 90 |
| 4.4.1. Área Estratégica | 90 |
| 4.4.1.1. Plan Estratégico de Marketing..... | 90 |
| 4.4.1.2. Formulación de la Misión..... | 91 |
| 4.4.1.3. Formulación de la Visión | 93 |
| 4.4.1.4. Establecimiento de los Objetivos | 94 |
| 4.4.1.5. Valores y Principios | 95 |
| 4.4.1.6. Estrategia de Negocio..... | 95 |
| 4.4.1.6.1. Estrategia de Posicionamiento..... | 95 |
| 4.4.2. Propuesta Área Administrativa Organizacional..... | 111 |
| 4.4.2.1. Organigrama | 111 |
| 4.4.2.2. Flujograma de Ventas con los Intermediarios | 112 |
| 4.4.2.3. Flujograma de Procesos de Compras y Suministro | 113 |
| 4.4.3. Costo de la Propuesta..... | 114 |
| 4.4.3.1. Indicadores Financieros..... | 76 |
| 4.4.3.2. Análisis Horizontal..... | 76 |
| 4.4.3.3. Análisis Vertical | 76 |
| 4.4.4. Conclusión del Área Operativa - Financiera..... | 84 |

ANEXOS