

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|----|
| I.INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| II.ANTECEDENTES..... | 2 |
| III.DESCRIPCIÓN DEL SECTOR..... | 4 |
| IV.MARCO LEGAL | 7 |
| | |
| CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO Y DE MERCADO..... | 8 |
| 1.1.DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO..... | 8 |
| 1.2.ANÁLISIS DE LA MISIÓN, VISIÓN, PRINCIPIOS Y OBJETIVOS..... | 8 |
| 1.2.1. Identificación de la misión de Inaltex Ltda..... | 8 |
| 1.2.2. Identificación de la visión de Inaltex Ltda..... | 10 |
| 1.2.3. Identificación de los objetivos de Inaltex Ltda. | 11 |
| 1.2.4. Identificación de los principios de Inaltex Ltda..... | 13 |
| 1.3. IDENTIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE LA ESTRATÉGIA GENÉRICA DEL NEGOCIO. | 13 |
| 1.4. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DE LA INDUSTRIA.... | 14 |
| 1.4.1. Elaboración de la matriz de factores externos (EFE)..... | 14 |
| 1.4.1.1. Análisis de la matriz (EFE)..... | 15 |
| 1.5. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DE LA INDUSTRIA.... | 15 |
| 1.5.1. Amenazas de nuevos competidores. | 16 |
| 1.5.2. Rivalidad de los competidores existentes. | 18 |
| 1.5.3. Poder negociador del comprador. | 19 |
| 1.5.4. Poder negociador de los proveedores..... | 20 |
| 1.5.5. Amenaza de sustitutos..... | 22 |
| 1.5.6 Síntesis del comportamiento de las fuerzas competitivas..... | 22 |
| 1.6. ANÁLISIS EXTERNO (MATRIZ EFE). | 23 |
| 1.6.1. Análisis de la matriz de factores internos (EFI)..... | 24 |
| 1.7. Análisis Interno del Perfil de Capacidad Institucional (PCI). | 24 |
| 1.7.1 Capacidad de Directiva.. | 25 |

| | |
|--|----|
| 1.7.2. Capacidad Tecnológica..... | 27 |
| 1.7.3 Capacidad de talento humano..... | 29 |
| 1.7.4. Capacidad competitiva..... | 31 |
| 1.7.5. Capacidad financiera..... | 33 |
| 1.8. DIAGNÓSTICO DE MERCADO..... | 35 |
| 1.8.1 Identificación de los factores críticos de éxito..... | 35 |
| 1.8.2. Mezcla comercial..... | 36 |
| 1.8.2.1. Productos..... | 36 |
| 1.8.2.2. Precios..... | 37 |
| 1.8.2.3. Plaza..... | 37 |
| 1.8.2.4. Promoción..... | 40 |
| 1.9. ANÁLISIS DE LAS VENTAS..... | 41 |
| 1.10. ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES REALES (INTERMEDIARIOS)..... | 42 |
| 1.10.1. Calculo de la muestra..... | 42 |
| 1.10.2. Resultado de las encuestas realizadas a los clientes reales (Intermediarios)..... | 42 |
| 1.10.3. Conclusiones de las encuestas realizadas a los clientes reales(intermediarios)..... | 42 |
| 1.11. SONDEO DIRIGIDO A LOS CLIENTES POTENCIALES..... | 43 |
| 1.11.1 Conclusiones de las encuestas realizadas a los clientes intermediarios..... | 43 |
| 1.12. CONCLUSIONES DEL ÁREA ESTRATÉGICA Y DE MERCADOTECNIA..... | 44 |
| | |
| CAPÍTULO 2: DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL-ADMINISTRATIVO..... | 46 |
| 2.1. IDENTIFICACION Y VALIDACION DE LA ORGANIZACIÓN DE LA INDUSTRIA ALGODONERA TEXTIL "INALTEX LTDA"..... | 46 |
| 2.2. INVENTARIO DEL TALENTO HUMANO..... | 46 |
| 2.3. REGLAMENTO INTERNO..... | 48 |
| 2.4. MANUAL DE FUNCIÓN..... | 48 |
| 2.5. ESTILO DE LIDERAZGO..... | 48 |
| 2.5.1. Teoría del liderazgo transaccional y transformacional..... | 49 |
| 2.5.1.1. Liderazgo transaccional..... | 49 |
| 2.5.1.2. Liderazgo transformacional..... | 49 |

| | |
|--|----|
| 2.5.2. Resultado del cuestionario. | 50 |
| 2.5.2.1. Análisis según el líder. | 50 |
| 2.5.2.2. Análisis según los seguidores. | 51 |
| 2.5.2.3. Conclusión de los cuestionarios líder-seguidores. | 51 |
| 2.6. MOTIVACIÓN, EVALUACIÓN AL DESEMPEÑO Y COMPENSACION..... | 52 |
| 2.7. CLIMA ORGANIZACIONAL..... | 53 |
| 2.7.1. Resultado de las encuestas realizadas a los trabajadores. | 53 |
| 2.7.2. Conclusión de las encuestas del clima organizacional..... | 53 |
| 2.8. CONCLUSIONES DEL AREA ORGANIZACIONAL ADMINISTRATIVA..... | 54 |
| | |
| CAPÍTULO 3: DIAGNÓSTICO OPERATIVO – FINANCIERO | 56 |
| 3.1. EVALUACIÓN DE LOS PRINCIPALES PROCESOS DE LA EMPRESA..... | 56 |
| 3.1.1. Proceso de producción. | 57 |
| 3.1.1.1. Proceso de producción-algodón hidrófilo. | 57 |
| 3.1.1.2. Proceso de producción-algodón hidrófilo. | 58 |
| 3.1.2. Proceso de compras..... | 59 |
| 3.1.3. Proceso de ventas. | 60 |
| 3.1.4. Proceso de reclutamiento del talento humano..... | 61 |
| 3.2. EVALUACIÓN FINANCIERA..... | 62 |
| 3.2.1. Estados financieros de la empresa..... | 62 |
| 3.2.2. Análisis horizontal y vertical de los estados financieros. | 63 |
| 3.2.3 Conclusiones del análisis horizontal y vertical. | 66 |
| 3.2.3.1 Análisis vertical del balance general..... | 66 |
| 3.2.3.2 Análisis vertical estado de resultados.. | 66 |
| 3.2.3.3. Análisis horizontal del balance general. | 67 |
| 3.2.3.4. Análisis horizontal estado de resultados. | 67 |
| 3.3. ANÁLISIS FINANCIERO..... | 67 |
| 3.4. CONCLUSIÓN DEL CAPITULO OPERATIVO-FINANCIERO..... | 74 |

| | |
|--|----|
| CAPÍTULO 4: ASPECTOS GENERALES DE LA PROPUESTA | 76 |
| 4.1. INTRODUCCIÓN..... | 76 |
| 4.2. ALCANCE DE LA PROPUESTA..... | 76 |
| 4.3. DETERMINACIÓN DE LOS OBJETIVOS..... | 76 |
| 4.3.1. Objetivo general..... | 76 |
| 4.3.2. Objetivos específicos..... | 77 |
| 4.4. ESQUEMATIZACIÓN DE LA PROPUESTA..... | 77 |
| | |
| CAPÍTULO 5: PROPUESTA ÁREA ESTRATÉGICA Y DE MERCADO | 79 |
| 5.1. PLAN ESTRATÉGICO DE INALTEX LTDA..... | 79 |
| 5.1.1. Misión..... | 79 |
| 5.1.2. Visión..... | 79 |
| 5.2. OBJETIVO ORGANIZACIONAL..... | 80 |
| 5.3. VALORES Y PRINCIPIOS ORGANIZACIONALES..... | 80 |
| 5.3.1. Matriz axiológica de los principios y valores de la organización..... | 81 |
| 5.4. PROCESO DE DIFUSIÓN DE LA MISIÓN, VISIÓN, VALORES PRINCIPIOS Y OBJETIVOS DE LA EMPRESA PROPUESTOS..... | 81 |
| 5.5. ESTRATEGIA DE NEGOCIO..... | 81 |
| 5.5.1. Segmento de mercado..... | 84 |
| 5.5.2. Plan de marketing..... | 85 |
| 5.5.2.1. Producto..... | 85 |
| 5.5.2.2. Precio..... | 85 |
| 5.5.2.3. Distribución..... | 85 |
| 5.5.2.4. Comunicación..... | 87 |
| 5.5.2.4.1. Publicidad..... | 87 |
| 5.5.3. Fuerza de ventas..... | 89 |
| | |
| CAPÍTULO 6: PROPUESTA AREA ORGANIZACIONAL ADMINISTRATIVA | 90 |
| 6.1. ORGANIGRAMA PROPUESTO PARA LA EMPRESA..... | 90 |
| 6.2. MANUAL DE FUNCIONES PROPUESTO..... | 90 |

| | |
|---|------------|
| 6.3. POLITICAS DE MOTIVACIÓN..... | 90 |
| CAPÍTULO 7: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES | 91 |
| 7.1. CRONOGRAMA TENTATIVO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA. | 91 |
| CAPÍTULO 8: COSTO TOTAL DE IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA | 92 |
| 8.1. COSTO TOTAL DE LA PROPUESTA..... | 92 |
| CAPÍTULO 9: COSTO BENEFICIO DE IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA.. | 93 |
| 9.1. INVERSIONES Y GASTOS DE LA PROPUESTA. | 93 |
| 9.1.1. Inversiones | 93 |
| 9.1.1.1. Estructura de Financiamiento..... | 93 |
| 9.1.1.2. Servicios de la Deuda..... | 94 |
| 9.1.2. Gastos Operativos de la Propuesta..... | 94 |
| 9.1.3. Flujo de Caja Proyectado Sin la Propuesta | 95 |
| 9.1.4. Flujo de Caja Proyectado Con la Propuesta | 96 |
| 9.1.5. Flujo de Caja Incremental | 97 |
| 9.1.6. Determinación del Costo Promedio Ponderado | 98 |
| 9.1.7. Evaluación Económica Financiera de la Propuesta | 98 |
| 9.1.8. Análisis Probabilista del Proyecto | 98 |
| 9.1.9. Distribución de Probabilidades del VAN..... | 99 |
| 9.1.10. Análisis de Sencibilidad | 99 |
| 9.2. CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS COSTO BENEFICIO | 99 |
| CAPÍTULO 10: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 100 |
| 10.1. CONCLUSIONES..... | 100 |
| 10.2. RECOMENDACIONES..... | 100 |
| BIBLIOGRAFÍA | |
| WEBGRAFÍA | |
| ANEXOS | |