

## ÍNDICE GENERAL

	Pág.
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>1. BREVE RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA.....</b>	<b>2</b>
<b>2. DESCRIPCIÓN DEL SECTOR.....</b>	<b>3</b>
<b>3. MARCO LEGAL .....</b>	<b>4</b>
<b>CAPÍTULO 1.....</b>	<b>5</b>
<b>DIAGNÓSTICO: ESTRATÉGICO Y DE MERCADO .....</b>	<b>5</b>
<b>1. Diagnóstico Estratégico.....</b>	<b>5</b>
<b>1.1 Misión .....</b>	<b>5</b>
<b>1.2 Visión .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 Objetivos.....</b>	<b>8</b>
<b>1.4 Valores .....</b>	<b>9</b>
<b>1.5 Estrategia Gerencial.....</b>	<b>10</b>
<b>1.6. Análisis FODA .....</b>	<b>11</b>
<b>1.7 Factores Internos.....</b>	<b>12</b>
<b>1.7.1 Análisis Evaluación de los Factores Internos o EFI .....</b>	<b>12</b>
<b>1.7.2 Análisis PCI .....</b>	<b>14</b>
<b>1.8 Factores Externos.....</b>	<b>19</b>
<b>1.8.1 Análisis de Evaluación de Factores Externos EFE.....</b>	<b>19</b>
<b>1.8.2 Las 5 Fuerzas de Porter.....</b>	<b>20</b>
<b>1.9 Conclusiones .....</b>	<b>23</b>
<b>CAPÍTULO 2.....</b>	<b>24</b>
<b>DIAGNÓSTICO DE MERCADOTECNIA .....</b>	<b>24</b>
<b>2.1 Identificación de los factores de éxito.....</b>	<b>24</b>

2.2	<b>Marketing Mix</b> .....	26
2.3	<b>Conclusiones:</b> .....	29
<b>CAPÍTULO 3</b> .....		<b>30</b>
<b>DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVO</b> .....		<b>30</b>
3.1	<b>Organigrama</b> .....	30
3.2	<b>Manual de funciones</b> .....	31
3.3	<b>Reglamento Interno</b> .....	31
3.4	<b>Estilo de Liderazgo</b> .....	33
3.5	<b>Conclusiones</b> .....	35
<b>CAPÍTULO 4</b> .....		<b>37</b>
<b>DIAGNÓSTICO OPERATIVO Y DE FINANZAS</b> .....		<b>37</b>
4.1	<b>Diagnóstico Operativo</b> .....	37
4.2.	<b>Análisis Financiero</b> .....	40
4.3	<b>Conclusiones</b> .....	49
<b>CAPÍTULO 5</b> .....		<b>51</b>
<b>PROPUESTA</b> .....		<b>51</b>
<b>5. Cuadro de Mando Integral</b> .....		<b>52</b>
5.1	<b>Nueva Visión Operativa</b> .....	54
5.2	<b>Perspectiva Financiera</b> .....	64
5.3	<b>Perspectiva del Cliente</b> .....	66
5.4	<b>Perspectiva de Procesos Internos</b> .....	68
5.5	<b>Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento</b> .....	70
5.6.	<b>Puesta en Marcha y Seguimiento</b> .....	71
5.7	<b>Conclusiones</b> .....	74
5.8	<b>Recomendaciones</b> .....	75

<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	76
<b>WEBGRAFÍA</b> .....	77
<b>ANEXOS</b> .....	1

### ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
<b>Tabla 1: Criterios Para Evaluar la Misión</b> .....	6
<b>Tabla 2: Criterios para Evaluar la Visión</b> .....	7
<b>Tabla 3: Objetivos y Metas de la empresa CONNAL S.R.L.</b> .....	8
<b>Tabla 4: Análisis FODA</b> .....	12
<b>Tabla 5: Análisis EFI</b> .....	13
<b>Tabla 6: Análisis Capacidad Directiva</b> .....	15
<b>Tabla 7: Análisis Capacidad Tecnológica</b> .....	15
<b>Tabla 8: Análisis Capacidad del Talento Humano</b> .....	16
<b>Tabla 9: Análisis Capacidad Competitiva</b> .....	17
<b>Tabla 10: Análisis Capacidad Financiera</b> .....	18
<b>Tabla 11: Análisis EFE</b> .....	19
<b>Tabla 12: Lista de implementación del proyecto por áreas</b> .....	38
<b>Tabla 13: Análisis Horizontal del Activo</b> .....	41
<b>Tabla 14: Análisis Horizontal del Pasivo</b> .....	43
<b>Tabla 15: Análisis Horizontal Estado de Pérdidas y Ganancias</b> .....	45
<b>Tabla 16: Balance General al 2014</b> .....	47
<b>Tabla 17: Matriz Causa – Efecto - Solución</b> .....	51
<b>Tabla 18: Proyección del Estado de Ganancias y Pérdidas</b> .....	60