

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
0. INTRODUCCIÓN.....	1
0.1. BREVE RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA.....	2
0.2. DESCRIPCIÓN DEL SECTOR.....	3
0.3. TAMAÑO DE LA EMPRESA.....	5

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA.....	6
1.1. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO Y DE MARKETING.....	7
1.1.1 DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO.....	7
1.1.1.1. Análisis de la Misión, Visión y Objetivos.....	7
1.1.1.2. Principios de la Empresa.....	15
1.1.1.3. Análisis de la Estrategia Gerencial.....	16
1.1.1.4. Análisis Externo.....	18
1.1.1.5. Entorno Competitivo.....	20
1.1.1.6. Análisis Interno (Diagnóstico PCI).....	24
1.1.2. DIAGNÓSTICO DE MERCADO.....	25
1.1.2.1. Identificación de Factores Críticos de Éxito.....	26
1.1.2.2. Mezcla de Mercadotecnia.....	28
1.1.2.3. Análisis de las Ventas.....	33
1.1.3. CONCLUSIONES DEL ÁREA ESTRATÉGIA Y DE MERCADO.....	34

1.2. DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL-ADMINISTRATIVO	35
1.2.1. TIPOS DE ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	35
1.2.1.1. Estructura Formal.....	36
1.2.1.2. Estructura Informal.....	37
1.2.1.3. Centralización y Descentralización Administrativa.....	37
1.2.1.4. Departamentalización.....	38
1.2.1.5. Niveles Jerárquicos.....	39
1.2.1.6. Organigrama.....	40
1.2.2. REGLAMENTO INTERNO.....	41
1.2.3. MANUAL DE FUNCIONES.....	42
1.2.4. MOTIVACIÓN DEL PERSONAL.....	42
1.2.5. CAPACITACIÓN DEL PERSONAL.....	45
1.2.6. PRINCIPALES ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	47
1.2.6.1. Reclutamiento del Personal.....	47
1.2.6.2. Selección del Personal.....	48
1.2.6.3. Contratación del Personal.....	48
1.2.7. PROCESO ADMINISTRATIVO.....	49
1.2.7.1. Planificación.....	50
1.2.7.2. Organización.....	50
1.2.7.3. Dirección.....	50
1.2.7.4. Control.....	51
1.2.8. CONCLUSIONES DEL ÁREA.....	
ORGANIZACIONAL - ADMINISTRATIVA.....	52

1.3.	DIAGNÓSTICO OPERATIVO – FINANCIERO	53
1.3.1.	EVALUACIÓN DE LOS PRINCIPALES PROCESOS DE LA EMPRESA.....	53
1.3.1.1.	PROCESO DE VENTA DE SERVICIOS.....	53
1.3.1.2.	PROCESO DE RECURSOS HUMANOS.....	56
1.3.2.	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	57
1.3.2.1.	INDICADORES FINANCIEROS.....	57
1.3.2.1.1.	Razones de Liquidez.....	58
1.3.2.1.1.1.	Capital Neto de Trabajo.....	58
1.3.2.1.1.2.	Razón Circulante.....	59
1.3.2.1.2.	Razones de Actividad.....	61
1.3.2.1.2.1.	Rotación de Activos Fijos.....	61
1.3.2.1.2.2.	Rotación de Activos Totales.....	62
1.3.2.2.	ANÁLISIS HORIZONTAL.....	64
1.3.2.3.	ANÁLISIS VERTICAL.....	66
1.3.2.4.	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	68
1.3.2.5.	ESTRUCTURA DE COSTOS.....	69
1.3.2.5.1.	COSTOS VARIABLES.....	69
1.3.2.5.2.	COSTOS FIJOS.....	70
1.3.2.5.3.	COSTOS TOTALES.....	71
1.3.3.	CONCLUSIONES DEL ÁREA OPERATIVA – FINANCIERA.....	73

CAPÍTULO II

2.	ASPECTOS GENERALES DE LA PROPUESTA	74
2.1.	INTRODUCCIÓN.....	75
2.2.	ESQUEMA GENERAL DE LA PROPUESTA.....	75
2.3.	DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	77
2.3.1.	Propósito y Alcance del Cuadro de Mando Integral	79
2.3.1.1.	Propósito.....	80
2.3.1.2.	Alcance.....	80
2.3.2.	Definición de la Estrategia y Objetivos.....	82
2.3.2.1.	Definición de la Misión.....	83
2.3.2.2.	Definición de la Visión.....	84
2.3.2.3.	Definición de la Estrategia.....	84
2.3.3.	Factores Críticos de Éxito.....	85
2.3.4.	Definición de Objetivos, Indicadores y Metas.....	86
2.3.5.	Relación Causa – Efecto.....	92
2.3.6.	Desarrollo del Cuadro de Mando Integral	95
2.3.7.	Proceso de Desarrollo del CMI.....	96
2.4.	IMPLEMENTACIÓN Y PUESTA EN MARCHA.....	97
2.4.1.	Alineación.....	98
2.4.2.	Construcción e Implementación del CMI.....	100
2.4.3.	Consideraciones Finales.....	102
3.	CONCLUSIONES GENERALES	102
4.	RECOMENDACIONES	104

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA