

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
BREVE RESEÑA HISTÓRICA DEL CATERING FAST TASTE S.R.L. ....	2
DESCRIPCIÓN DEL SECTOR DE CATERING.....	5
Marco Legal.....	7
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>9</b>
<b>DIAGNÓSTICO.....</b>	<b>9</b>
1.1. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO Y DE MERCADOTECNIA .....	9
1.1.1. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO.....	9
1.1.1.1. Validación de la Misión, Visión y Objetivos.....	10
1.1.1.1.1. Misión .....	10
1.1.1.1.2. Visión.....	12
1.1.1.1.3. Objetivos.....	14
1.1.1.2. Principios y Valores de la Organización.....	16
1.1.1.3. Análisis de la Estrategia Gerencial .....	18
1.1.1.4. Análisis de la Estrategia gerencial o de crecimiento .....	19
1.1.1.5. Análisis del Entorno Externo .....	20
1.1.1.5.1. Análisis PESTA .....	20
1.1.1.6. Análisis del Sector de Servicios Gastronómicos .....	31
1.1.1.6.1. Capacidad Directiva.....	39
1.1.1.6.2. Capacidad Competitiva.....	41

1.1.1.6.3. Capacidad Financiera.....	43
1.1.1.6.4. Capacidad Tecnológica.....	44
1.1.1.6.5. Capacidad del talento humano.....	46
1.1.1.6.6. Elaboración de la Matriz de Evaluación de Factores Interno (EFI) .....	47
1.1.2. Diagnóstico de mercadotecnia.....	53
1.1.2.1. Identificación de factores críticos de éxito .....	53
1.1.2.2. Validación e identificación de la estrategia comercial .....	64
1.1.2.3. Análisis de la cartera de productos de fast taste a través de la matriz boston consulting group (BCG).....	65
1.1.2.4. Análisis de las ventas .....	67
1.1.2.5. Investigación de mercados.....	67
1.1.3. Conclusiones del área estratégica y de mercadotecnia .....	68
1.4. Diagnóstico Organizacional – Administrativo .....	70
1.4.1. Evaluación de la estructura organizacional.....	71
1.4.1.1. Organigrama .....	71
1.4.1.1.1. Análisis del organigrama del catering fast taste .....	73
1.4.2. Inventario de recursos humanos .....	77
1.4.3. MAnual de organización y funciones .....	78
1.4.4. Análisis del estilo de liderazgo .....	78
1.4.5. Principales aspectos administrativos .....	80
1.4.6. Conclusiones del área organizacional – administrativa.....	83
1.5. Diagnóstico Operativo – Financiero.....	84
1.5.1. Evaluación de los principales procesos de la organización .....	84
1.5.2. Sistema de administración y control.....	84

1.5.3. Evaluación Financiera.....	85
1.5.3.1. Indicadores Financieros .....	86
1.5.3.2. Análisis Horizontal .....	92
1.5.3.2.1. ANÁLISIS HORIZONTAL DEL BALANCE GENERAL .....	93
1.5.3.2.2. ANÁLISIS HORIZONTAL DEL ESTADO DE RESULTADO.....	95
1.5.3.3. Análisis Vertical .....	96
1.5.3.3.1. ANÁLISIS VERTICAL DEL BALANCE GENERAL .....	97
1.5.3.3.2. ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADO.....	99
1.5.3.3. Punto de Equilibrio .....	100
1.5.3.4. Estructura de Costos .....	101
1.5.4. Conclusiones del Área Operativa- Financiera .....	103
<b>CAPÍTULO 2 .....</b>	<b>104</b>
<b>PROPUESTA .....</b>	<b>104</b>
2. INTRODUCCIÓN .....	104
2.1. Matriz problema – causa – efecto – solución .....	104
2.2.1. Reformulación de la misión, visión, objetivos y principios .....	107
2.2.2. Socialización del direccionamiento estratégico.....	112
2.3. Formulación de la estrategia genérica: enfoque en diferenciación.....	113
2.4. Elaboración de una estrategia de marketing de crecimiento.....	114
2.5. Desarrollo del marketing mix de servicios .....	115
2.6. Área organizacional y administrativa .....	123

2.6.1. Estructura Organizacional.....	123
2.7. Manual de funciones.....	124
2.8. Capacitación al personal.....	124
2.9. Evaluación económica de la propuesta.....	126
2.9.1. Presupuesto total de implementación de la propuesta.....	126
2.9.2. Estado de resultado propuesto.....	126
2.9.3. Análisis beneficio/costo.....	130
<b>CAPÍTULO 3.....</b>	<b>131</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>131</b>
3.1. Conclusiones.....	131
3.2. Recomendaciones.....	132
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>133</b>