

INDICE

1. CAPITULO I

1.1. GENERALIDADES

1.1.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	1
----------------------------------	---

1.2. BASE LEGAL	1
-----------------	---

1.3. GIRO DEL NEGOCIO	2
-----------------------	---

1.4. CULTURA ORGANIZACIONAL	2
-----------------------------	---

1.5. PRODUCTOS	6
----------------	---

1.6. PROYECTOS ESPECIALES (VAJILLAS)	7
--------------------------------------	---

1.7. PROBLEMÁTICA DE LA EMPRESA	7
---------------------------------	---

1.8. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	15
---------------------------------	----

1.8.1. MARCO TEORICO.	15
-----------------------	----

1.8.1.1. PLANIFICACION ESTRATEGICA	15
------------------------------------	----

1.8.1.2. IMPORTANCIA DE LA PLANIFICACION ESTRATEGICA	15
------------------------------------------------------	----

1.8.1.3. ETAPAS DE LA PLANIFICACION ESTRATEGICA	16
-------------------------------------------------	----

1.8.1.4. ANALISIS AMBIENTAL	17
-----------------------------	----

1.8.1.5. ANALISIS FODA	17
------------------------	----

1.8.1.6. OPORTUNIDADES	18
------------------------	----

1.8.1.7. AMENAZAS	18
-------------------	----

1.8.1.8. FORTALEZAS	19
---------------------	----

1.8.1.9. DEBILIDADES	19
----------------------	----

1.8.1.10. .MATRICES	20
---------------------	----

1.8.1.11. MATRIZ SÍNTESIS:	21
----------------------------	----

1.8.1.12. MATRIZ DEL BOSTON CONSULTING GROUP (B.C.G.)	22
-------------------------------------------------------	----

1.8.1.13. MATRIZ GENERAL ELECTRIC	23
-----------------------------------	----

1.8.1.14. DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO	24
----------------------------------------	----

1.8.1.15. VISION	24
------------------	----

1.8.1.16. ELEMENTOS CLAVE	24
---------------------------	----

1.8.1.17. MISION	25
------------------	----

1.8.1.18. ELEMENTOS CLAVE	25
---------------------------	----

1.8.1.19. ADMINISTRACION POR PROCESOS	26
---------------------------------------	----

1.8.1.20. CADENA DE VALOR	27
---------------------------	----

1.8.1.21. PROCESOS	28
--------------------	----

1.8.1.22. DEFINICION DE PROCESOS	28
----------------------------------	----

1.8.1.23. ELEMENTOS DE UN PROCESO	29
-----------------------------------	----

1.8.1.24. CLASIFICACION DE PROCESOS	29
-------------------------------------	----

1.8.1.25. DISEÑO DE PROCESOS (DIAGRAMA DE FLUJO)	29
--------------------------------------------------	----

1.8.1.26. IDEF-0	32
------------------	----

1.8.2. MARCO CONCEPTUAL	36
-------------------------	----

2. CAPITULO II

2.1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL Y DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO

2.1.1.	ANÁLISIS EXTERNO	39
2.1.1.1.	MACRO AMBIENTE	39
2.1.1.1.1.	VARIABLES ECONÓMICAS	39
2.1.1.1.2.	VARIABLES TECNOLÓGICAS:	51
2.1.1.1.3.	VARIABLES SOCIO- CULTURALES	52
2.1.1.1.4.	VARIABLES POLITICO LEGALES	59
2.1.1.1.5.	MICRO AMBIENTE	60
2.1.1.2.	ANÁLISIS INTERNO	71
2.1.1.2.1.	ADMINISTRATIVO	71
2.1.1.2.2.	FINANCIERO	91
2.1.1.2.3.	PRODUCCIÓN	91
2.1.1.2.4.	COMERCIALIZACIÓN	92
2.1.1.3.	ANÁLISIS DE MATRICES	92
2.1.1.3.1.	DE IMPACTO	92
2.1.1.3.2.	MATRIZ DE IMPACTO EXTERNO	93
2.1.1.3.3.	MATRIZ DE IMPACTO INTERNO	96
2.1.1.3.4.	APROVECHABILIDAD	100
2.1.1.3.5.	VULNERABILIDAD	102
2.1.1.3.6.	MATRIZ DE ESTRATEGIAS FODA	104
2.1.1.4.	ESTRATEGIAS FODA.	104

3. CAPITULO III

3.1. DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO

3.1.1.	FILOSOFIA EMPRESARIAL	106
3.1.2.	PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS	106
3.1.3.	MATRIZ AXIOLOGICA	107
3.2.	MISION Y VISION	112
3.2.1.	VISION	112
3.2.2.	VISION DEL GRUPO MERCANTIL EDMARCAL 2011.	113
3.3.	MISION	113
3.3.1.	MISION DEL GRUPO MERCANTIL EDMARCAL	114
3.4.	OBJETIVO GENERAL	115
3.5.	OBJETIVOS ESPECIFICOS	115
3.5.1.	DE CRECIMIENTO.	115
3.5.2.	DE MANTENIMIENTO.	116
3.5.3.	DE DISMINUCIÓN	117

3.6. POLITICAS	117
3.6.1. POLÍTICAS EN EL ÁREA ADMINISTRATIVA	117
3.6.2. POLÍTICAS DE PRODUCCIÓN:	118
3.6.3. POLÍTICAS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD.	118
3.6.4. POLÍTICAS DE COMPRA.	119
3.6.5. POLÍTICAS DEL PERSONAL.	119
3.6.6. POLÍTICAS DEL ÁREA FINANCIERA	120
3.7. ESTRATEGIAS	121
3.7.1. CORTO PLAZO 2009-2010.	121
3.7.2. MEDIANO PLAZO 2009 – 2011.	121
3.7.3. LARGO PLAZO 2009 – 2013.	121
3.8. MAPA ESTRATEGICO	122
3.9. PLAN OPERATIVO ANUAL 2009	124
4. CAPITULO IV	
4.1. ANALISIS DE PROCESOS	127
4.1.1. INVENTARIO DE PROCESOS POR ÁREAS.	130
4.1.2. SELECCIÓN DE LOS PROCESOS.	131
4.1.3. ANÁLISIS DE PROCESOS SELECCIONADOS.	134
4.1.4. SIMBOLOGIA	135
5. CAPÍTULO V.	
5.1. PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS.	147
5.2. PROCESOS MEJORADOS.	147
5.3. HOJA ISO.	148
5.4. FLUJO DIAGRAMACIÓN.	148
5.5. HOJA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS.	148
5.6. PROPUESTA DE MEJORAMIENTO PARA LOS PROCESOS	149
5.7. OBSERVACIONES:	179
6. CAPITULO VI	
6.1. PROPUESTA ORGANIZACIONAL	180
6.1.1. CADENA DE VALOR	180
6.1.2. MAPA DE PROCESOS	181
6.1.3. INDICADORES	182
6.1.4. MAPA DE PROCESOS SELECCIONADOS	183
6.2. MACROPROCESO GOBERNADOR	184
6.2.1. CADENA DE VALOR PLANIFICACION DE LA PRODUCCION	185
6.3. FACTURACION	
6.4. MACROPROCESOS DE SOPORTE	

6.5. PAGO A PROVEEDORES	
6.6. ADQUISICIONES	
6.7. PRODUCCION	
6.8. DESARROLLO DE PROYECTOS ESPECIALES	
6.9. DISEÑO	
6.10. PROPUESTA DE ORGANIZACIÓN HORIZONTAL	186
6.11. DESCRIPCION DE CARGOS	191
6.12. PLAN DE IMPLEMENTACION	205
7. CAPITULO VII	
7.1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	206
7.1.1. CONCLUSIONES	206
7.1.2. RECOMENDACIONES	208

ANEXOS

ANEXO “A”

DIAGRAMA DE ESPINA DE PESCADO

ANEXO “B”

ENCUESTAS

ANEXO “C”

MAPA DE PROCESOS