

# MEJORABILIDAD

## Eficacia y Eficiencia Empresarial



¿Su negocio es eficiente, o es eficaz? ¿Cómo sus clientes pueden reconocer el liderazgo de su negocio? ¿Cuenta con los Valores Corporativos adecuados al Giro del Negocio? ¿Realiza constantemente Análisis Financiero? ¿Se formula Planificación Financiera? ¿Se cuenta con la capacidad para crear Planes de Mercadeos y Ventas? ¿Cuál es su Capacidad Instalada real para crear Productos y/o Servicios? ¿Los procesos para crear productos y/o servicios son los adecuados? ¿Su negocio es Rentable? ¿Cuenta con Gerentes y Herramientas Gerenciales según las necesidades del Mercado y del negocio? ¿Tiene la suficiente capacidad para expandir el negocio a nuevos Mercados? ¿Qué más le falta...?

### Diagnóstico del Negocio y Plan de Mejoramiento Empresarial para Franquiciar

Impartido por:

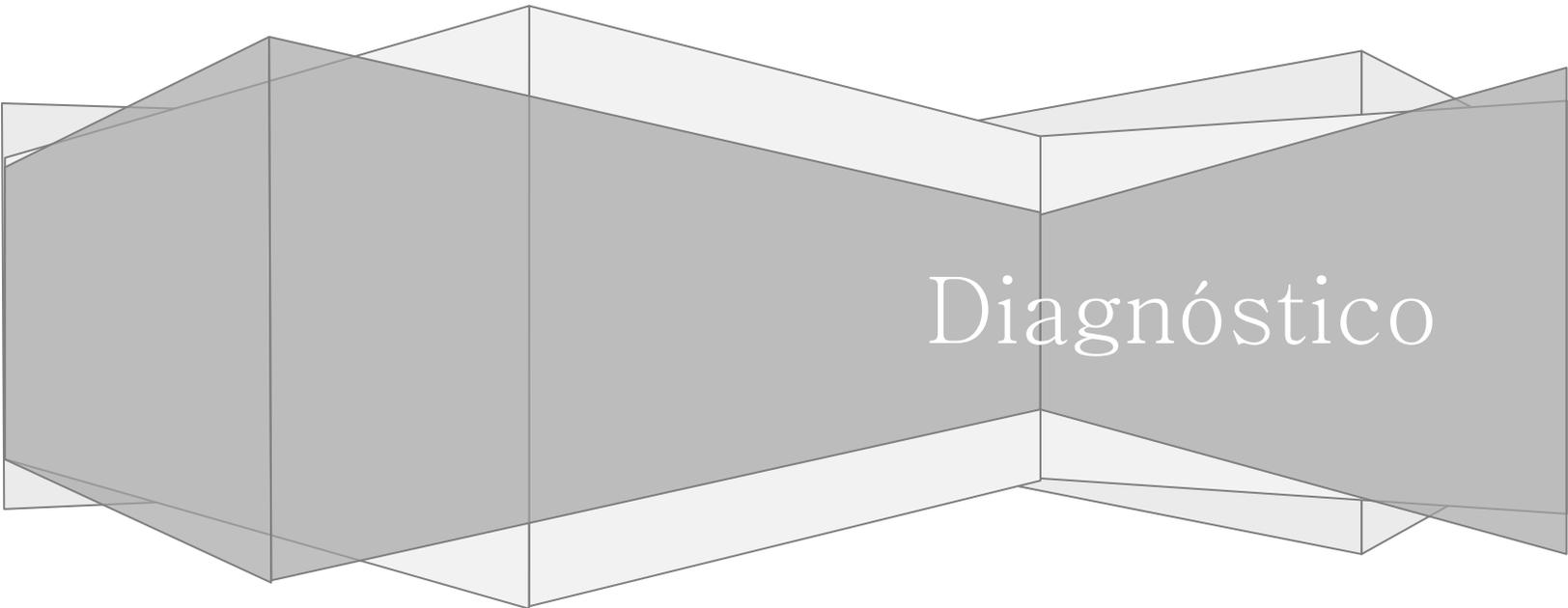


### MEJORABILIDAD:

Programa para Manejar Problemas, Consecuencias,  
Causas y las Estrategias a Crear para la  
Competitividad Empresarial

Orientación Profesional en Formulación de Planes de  
Mejoramiento (Gerencia Estratégica)

Agencia de Gerencia, Innovación y Liderazgo (AGIL)



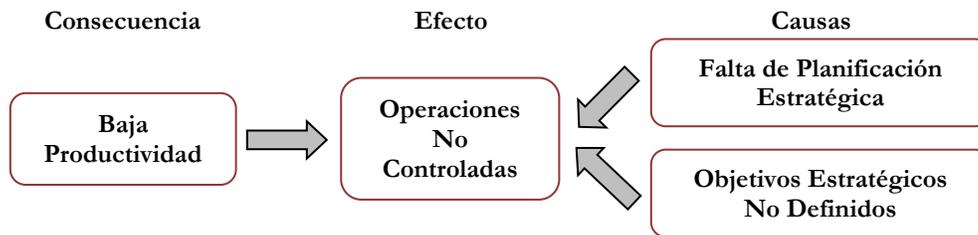
Diagnóstico

**I. ANÁLISIS SITUACIONAL DE EMPRESAS: ¿POR QUÉ MUCHAS EMPRESAS NO PUEDEN EXPANDIRSE?**

Miles de diagnósticos empresariales realizados en Latinoamérica arrojan resultados muy negativos:

1. Personal poco calificado: 80% empírico (práctico) y 20% académico (teórico). 95%: sin manuales.
2. Controles y Personal: 75% del personal sabe controlar. 97% no planea, no organiza, ni dirige.
3. Conocimiento del negocio: 70% conoce poco el giro del negocio, ocasionando mal servicio al cliente. 30% del personal toma decisiones pero, centralizan información y no saben bien cómo transferir el conocimiento a subalternos para trabajar mejor en equipo.
4. Trabajo en equipo: 90% del personal no sabe cómo trabajar en equipo por falta de manuales y guías de operaciones. Se suma que el 85% del personal influye para crear ambientes de anti valores. Como consecuencia se produce envidia, chisme, cuotas de poder y deslealtad. Esto origina tensión entre las relaciones interprofesionales, lo que también es parte de la ineficiencia del personal.
5. Conocimiento del mercado (clientes): 80% del personal de servicio al cliente tiene desconocimiento del mercado que atiende, lo que les dificulta proponer estrategias de ventas. Atienden al cliente de forma mecánica, pero no analítica para apoyar a crear estrategias de mercadeo y ventas.
6. Visión estratégica: 90% de los negocios no planifican a largo plazo. Un 5% planifica, pero con impactos inmediatos, lo que genera resultados inesperados e ineficientes.
7. Políticas financieras: 96% no cuenta con políticas para controlar los gastos y los costos.
8. Dirección Gerencial: 20% del personal se reúne. El 85% de las reuniones son ineficientes.

El siguiente gráfico muestra cuáles son algunas de las principales causas de la baja productividad:



El 90% de todos estos resultados se superarían si los negocios conocieran cómo medir la eficacia y la eficiencia de sus operaciones. Para alcanzar esta medición se debe crear en los negocios:

1. ÓRGANO: Sesión de Estrategias Administrativas (SEA) conformado por responsables de áreas;
2. OBJETIVO: Aplicar Diagnósticos de Mejoría Continua (DMC) para identificar **malas praxis**/área;
3. META: Escribir Planes de Mejoramiento Continuo (PMC) que buscaría mejorar **malas praxis**/área;
4. MISIÓN: Aplicar Sostenibilidad y Rentabilidad del negocio.

Sólo personal que se especializa en Plan de Mejoría Continua (PMC) pueden crear estrategias y sus métodos. ¿Cuál será la situación de su negocio? Algunas soluciones que proponen los diagnósticos, son las siguientes:

1. Visión Estratégica: Crear y transmitir la visión del empresario a los y las trabajadoras.
2. Plan Estratégico: Proyección y planificación financiera a largo plazo.
3. Clima Organizacional: Modificar su estructura organizativa-funcional.
4. Clima Productivo: Mejorar sus operaciones administrativas, financieros y de controles gerenciales.
5. Clima de Negocio: Mejorar la atención al cliente, equilibrando estrategias con políticas y normas.
6. Innovación: Productos y/o servicios con el precio y calidad justos a las necesidades del mercado.
7. Inversión Estratégica: Crear fondos de capital para invertir conforme crece el negocio.
8. Outsourcing & Coaching: Formación, asesoría, entrenamiento continuo del personal.
9. RSE (Responsabilidad Social Empresarial): Asumir las responsabilidades sociales de sus negocios.
10. Alianzas Estratégicas: Disposición a la cooperación, asociación e integración empresarial.
11. Plus Valía Empresarial: Innovación permanente y mejora continua en productos/servicios, ventas, adquisiciones, transformaciones, mercadeo, activos, patrimonio, acciones y bonos, entre otros.

## **EL NEGOCIO DESDE XXX**

**GIRO DE NEGOCIO DE SU NEGOCIO:**

**¿A QUÉ SE DEDICA SU NEGOCIO? ¿A CUÁL SECTOR DE LA ECONOMÍA PERTENECE?**

**SERVICIOS Y/O PRODUCTOS QUE SE OFRECEN A LOS CLIENTES**

**RESEÑA HISTÓRICA DE SU NEGOCIO**

## INTRODUCCIÓN

Este documento (diagnóstico) es un **estudio completo de su negocio**, que sirve para que:

1. domine más fácil y más organizadamente las *fortalezas* y *debilidades* identificadas tanto en sus áreas de trabajo como en las funciones que desempeña cada trabajador;
2. entienda las *amenazas* de su competencia, y cuáles *oportunidades* tiene con sus clientes; y,
3. comprenda el presente financiero de su negocio, así tome mejores decisiones para su futuro.

También es una *guía* que refleja la solución a sus problemas. Por eso, se divide en dos capítulos:

**Capítulo I:** muestra cómo está su negocio (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas).

- I. Estudio de la Contabilidad y Finanzas: ¿Cómo controla y proyecta sus ingresos y egresos?
- II. Estudio de la Dirección y Administración: ¿Cómo dirige y administra su negocio?
- III. Estudio de la Producción: ¿Cuál es la eficiencia al crear sus productos y/o servicios?
- IV. Estudio a lo Externo: ¿Cómo impacta o afecta la economía a su negocio?
- V. Estudio del Mercadeo y Ventas: ¿Cómo vende sus productos y/o servicios?

**Capítulo II:** se formulan los diferentes planes que solucionarán sus debilidades y amenazas.

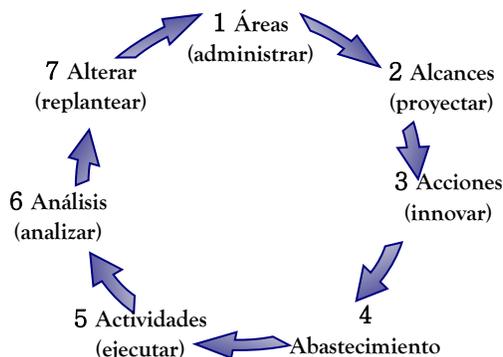
Para crear estrategias de crecimiento se toman en consideración: (1) las gestiones para controlar y proyectar los ingresos y egresos; (2) la eficiencia de las ventas; (3) los procesos para crear sus productos y/o servicios; (4) la capacidad de administración que posee el personal; y, (5) la eficacia metodológica de los tomadores de decisiones.

La siguiente *tabla* y *gráfico* explican un método utilizado (entre tantos) para diagnosticar su negocio:

**TABLA NO. 1: Las 7 A's para la Competitividad de una Empresa ®**

Áreas (administrar)	Organizar y Dirigir el área de Ventas	Organizar y Dirigir el área de Prod/Serv	Organizar y Dirigir el área de Administración	Organizar y Dirigir el área de Contabilidad
<b>Alcances</b> (proyectar)	Metas de Ventas	Metas de Prod/Serv	Metas de Capacitación	Metas de Productividad
<b>Acciones</b> (innovar)	Estrategias para aumentar las ventas	Estrategias para aumentar la prod/serv	Estrategias para mejorar la administración	Estrategias para disminuir los costos
<b>Abastecimiento</b> (invertir)	Inversión para aumentar ventas	Inversión para aumentar calidad	Inversión para especializar al personal	Inversión para el ahorro
<b>Actividades</b> (ejecutar)	Funciones para el equipo de ventas	Funciones para el equipo de prod/serv	Funciones para el equipo de administración	Funciones para el equipo de contabilidad
<b>Análisis</b> (analizar)	Eficiencia en ventas ¿Cómo venden?	Eficiencia productiva ¿Cómo producen?	Eficiencia administrativa ¿Cómo administran?	Eficiencia contable ¿Cómo contabilizan?
<b>Alterar</b> (replantear)	Reorganizar área o funciones en Ventas	Reorganizar área o funciones Prod/Serv	Reorganizar área o funciones en Admón.	Reorganizar área o funciones Contabilidad

### Ciclo 7 A's de Competitividad



A continuación estudiaremos otra metodología de trabajo: “*Calificativo VSER*”, utilizada para dar calificativo y puntuación a las *fortalezas*, *debilidades*, *oportunidades* y *amenazas* identificadas en su negocio.

**CALIFICATIVO VSER** Sus siglas significan: **V** (Visionaria), **S** (Sostenible), **E** (Empírica) y **R** (Riesgosa). Esta herramienta califica la realidad de las áreas de trabajo, los cargos y las funciones de una empresa:

<b>EMPRESA VISIONARIA</b>	<p><u>Una empresa es visionaria</u> cuando sus trabajadores poseen de un 80 a un 100% de capacidad para ejecutar, evaluar y retroalimentar con eficiencia sus funciones. Significa que existen áreas de trabajo bien administradas y cargos definidos, con manuales de funciones lógicas, estrategias eficientes, herramientas completas, y metodologías de evaluación aplicadas (1) semanalmente para conocer la productividad de los trabajadores y (2) después de cada capacitación interna y externa que recibe el personal. Todo lo anterior es explicado y por escrito, y hace que una empresa crezca constantemente. Se da un puntaje del 100% de eficiencia a los empleados y gerentes encuestados, si se identifican estas características.</p>
<b>EMPRESA SOSTENIBLE</b>	<p><u>Una empresa es sostenible</u> cuando sus trabajadores poseen de un 60 a un 79% de capacidad para ejecutar sus funciones. Existen áreas de trabajo organizadas y cargos definidos. Tienen manuales incompletos de funciones y sólo algunos cargos tienen (otros cargos no tienen). Al personal no le dan las estrategias necesarias para hacer más eficiente su trabajo, y no los capacitan bien. No se puede evaluar y supervisar el impacto de las funciones del personal, porque no cuenta con todas las herramientas de trabajo adecuadas y necesarias, pero dichas funciones sí se pueden mejorar. Cuando se evalúa al personal, siempre sale mal, pero no es culpa de él. Este calificativo limita a una empresa de un 21 a casi un 40% para que crezca más. Es decir, esa empresa se estanca. Sólo está en su punto de equilibrio (gana poco, pero no pierde dinero). Se le da un puntaje de 75% de efectividad si se cumplen estas características en los encuestados.</p>
<b>EMPRESA EMPÍRICA</b>	<p><u>Una empresa es empírica</u> cuando sus trabajadores poseen de un 40 a un 59% de capacidad para ejecutar sus funciones, pero dichas funciones son empíricas (aprendidas por la práctica), lo que genera inestabilidad económica y poca efectividad. Existen áreas de trabajo y cargos no muy bien definidos. No hay funciones por escrito (manuales). El personal tiene multifunciones, que son ejecutadas verbalmente. Es decir, estas personas hacen de todo un poco, sin estrategias definidas, sin herramientas y sin procedimientos a seguir para dar soluciones concretas. Por ende, no se puede evaluar su desempeño. Su consecuencia es que, no hay organización ni calidad en producción que ayude a generar un buen servicio al cliente y buenas ventas, lo que le da <i>desventaja</i> frente a la competencia. Es decir, la competencia tiene de un 40 a un 60% de ventaja para ser mejor y hacer más ventas. Se le da un puntaje del 50% de efectividad a los encuestados.</p>
<b>EMPRESA RIESGOSA</b>	<p><u>Una empresa es riesgosa</u> cuando sus trabajadores poseen de un 60 a un 100% de probabilidad de que sus tareas fracasen. No tiene funciones. Una función es parte de un cargo, una tarea no, la cual se ejecuta esporádicamente. La capacidad máxima que posee un trabajador para ejecutar sus tareas está entre 1 a 40%. Se concluye que existen áreas de trabajo desorganizadas, sin funciones escritas, sin estrategias precisas. El personal tiene multitareas, sin herramientas y capacitación en absoluto. Todo es verbal. Esa empresa se pone en gran desventaja frente a la competencia. Puntaje del 25% de efectividad a los encuestados.</p>

**TABLA NO. 1: CALIFICATIVO VSER®**

CARACTERÍSTICAS DE UNA EMPRESA	Empresa VISIONARIA	Empresa SOSTENIBLE	Empresa EMPÍRICA	Empresa RIESGOSA
Áreas de trabajo	Administradas	Organizadas	Compartidas	Desorganizadas
Funciones	Lógicas y Específicas	Muy generales	Empíricas	No tienen
Herramientas	Completas/Adecuadas	Incompletas	Por definir	No incluyen
Estrategias	Adaptadas a necesidades	Comunes	Improvisadas	No realizan
Comunicaciones	Escrita/Explicada	Verbal/Explicada	Emprendida	Repetida
Capacitaciones	Teórica/Práctica/Evaluada	Teórica/Práctica	Práctica	No capacitan
Desempeño	Eficiente/En Crecimiento	Sostenible	Desequilibrado	Deficiente
Mentalidad Empresarial	Académica/Emprendedora /Innovadora	Académica/ Innovadora	Emprendedora/ Innovadora	Muy Emprendedora
TIC	Redes/Internet/Intranet Software a la Medida	Redes/Internet/ Software Usual	Internet/ Teléfono	Teléfono
RSC	Medio Ambiente y Comunidad	Medio Ambiente o Comunidad	No cuentan con RSC	No cuentan con RSC
EFICACIA	DE 80 A 100%	DE 60 A 79%	DE 40 A 59%	DE 1 A 39%

**TABLA NO. 2: CODIFICACIÓN DE ÁREAS DE TRABAJO DE SU NEGOCIO PARA EJECUTAR EL DIAGNÓSTICO**  
 Se identifican cinco áreas, en las cuales se encuentran funciones y sub- funciones (codificadas). En esta tabla se analizaron las sub- funciones que aplican a el negocio.

ÁREAS	SUB- FUNCIONES QUE SE DEBEN CUMPLIR EN SU NEGOCIO	CODIFICACIÓN	
		Código	Descripción
Finanzas	1. Establecer políticas financieras y contables para controlar ingresos/ventas	Fn1	Ventas/Clientes
	2. Analizar los créditos y cobros	Fn2	Cartera y Cobro
	3. Establecer políticas financieras y contables para controlar costos y gastos	Fn3	Costos/Gastos
	4. Analizar los balances generales y estados de resultados	Fn4	Balance/Resultados
	5. Aplicar ratios para analizar financieramente al negocio	Fn5	Ratios Financieros
	6. Proyectar y crear planes financieros	Fn6	Finanzas
	7. Analizar las funciones -operaciones de las finanzas y contabilidad	Fn7	Funciones
Dirección	8. Supervisar y analizar la eficiencia de las operaciones de su negocio	Dn1	Evaluación de su negocio
	9. Implementar nuevas actividades (políticas, estrategias, reglas, etc.)		
	10. Crear y utilizar manuales de funciones y de operaciones		
	11. Crear y aplicar valores corporativos (visión, misión y valores)	Dn2	Valores
	12. Adaptar el organigrama estructural según realidad de su negocio	Dn3	Organigrama
	13. Establecer alianzas estratégicas para beneficio de su negocio	Dn4	Conglomerados y Competitividad
	14. Crear competitividad por políticas de responsabilidad laboral		
Administración	15. Seleccionar adecuadamente al personal	Ad1	Recursos Humanos
	16. Capacitar y evaluar al personal		
	17. Motivar al personal		
	18. Planificar el trabajo en equipo por semana: alcanzar metas	Ad2	Eficiencia del Personal
	19. Cuidar los activos del negocio		
	20. Crear estrategias para reducción de costos operacionales	Ad3	Canalización de Recursos
	21. Distribuir las compras según necesidades de las áreas de trabajo		
	22. Archivar documentación por área de trabajo		
23. Controlar el inventario de los activos del negocio			
24. Analizar las funciones-operaciones en la administración y en la Dirección	Ad4	Funciones	
Producción	25. Revisar las fases o etapas de los procesos de producción	Pr1	Pre Producción
	26. Preparar los procesos de producción y dar mantenimiento en sus áreas		
	27. Planear la producción		
	28. Analizar los procesos de compras con proveedores nacionales		
	29. Analizar los procesos de compras con proveedores extranjeros		
	30. Ejecutar las fases o etapas de producción	Pr2	Producción
	31. Supervisar la calidad en los procesos de producción	Pr3	Pos Producción
	32. Crear formas y medios para conservar la calidad de los productos		
	33. Establecer el valor agregado de los productos y/o servicios		
	34. Analizar las funciones-operaciones en los procesos de producción	Pr5	Funciones
Mercadeo y Ventas	35. Investigar las características de los clientes	Mv1	Competitividad Empresarial
	36. Retroalimentar las actividades del servicio al cliente		
	37. Analizar a la competencia		
	38. Crear la imagen del personal para el cliente		
	39. Distribuir adecuadamente los productos y/o servicios en las ventas	Mv2	Plaza
	40. Crear estrategias de promociones para generar mayores ventas	Mv3	Promociones
	41. Crear estrategias e identificar medios de publicidad	Mv4	Publicidad
	42. Analizar la aceptación de los clientes conforme a los precios	Mv5	Precios
	43. Analizar la aceptación de los clientes por los productos y/o servicios	Mv6	Productos
	44. Analizar, planificar y ejecutar las ventas	Mv7	Sistema de ventas y pos ventas
	45. Analizar, planificar y ejecutar las pos- ventas		
	46. Analizar las funciones-operaciones en mercadeo y ventas	Mv8	Funciones

TABLA NO. 3: RADIOGRAFÍA DE EFICIENCIA GERENCIAL (CONCLUSIÓN NO. 1)

ÁREA	SITUACIÓN DE LAS ÁREAS DE TRABAJO BASADO EN EL ANÁLISIS DE LAS FUNCIONES BÁSICAS QUE DEBE EJECUTAR EL PERSONAL	IMPACTO DE LAS DEBILIDADES			IMPACTO DE LAS FORTALEZAS		
		Alto	Med	Bajo	Alto	Med	Bajo
Finanzas	1. No son eficientes los procesos para controlar e inventariar las compras						
	2. No cuentan con políticas financieras ni contables para controlar ingresos y egresos						
	3. No cuentan con las políticas adecuada para dar crédito y cobrar a los clientes						
	4. No se realizan balances generales, pero SI, estados de resultados						
	5. No se aplican ratios para analizar financieramente al negocio						
	6. No se crean ni planifican proyecciones económicas						
	7. No se revisan las funciones -operaciones de las finanzas y contabilidad						
Dirección	8. No se analiza cómo afectan las políticas de gobierno y la situación económica - país						
	9. No se orienta al personal para cuidar los activos de su negocio						
	10. No cuentan con estrategias para disminuir costos, gastos, aumento de ventas, otras.						
	11. No tienen e implementan manuales de funciones y de operaciones						
	12. No supervisan las gerencias, operaciones y funciones del personal						
	13. No cuentan con / aplican los valores corporativos (visión, misión, valores)						
	14. No tienen organigrama que defina líneas de mando ni el trabajo en equipo						
	15. No se establecen alianzas estratégicas						
Administración	16. No seleccionan adecuadamente al personal						
	17. No se capacita y /ni se evalúa adecuada y eficientemente al personal						
	18. No motivan adecuadamente al personal						
	19. No planifican el trabajo en equipo por semana: no alcanzan metas						
	20. No se crea conciencia en el personal para reducir los costos y gastos operativos						
	21. No se controla y ni se distribuye adecuadamente lo comprado a las áreas de trabajo						
	22. No se archiva eficientemente la documentación por área de trabajo						
	23. No se lleva un inventario eficiente de los activos del negocio						
	24. No se revisan con frecuencia las funciones-procesos en la administración						
Producción	25. No son eficientes los procesos de creación de productos y/o servicios						
	26. No es adecuada la supervisión de los procesos de creación de productos/servicios						
	27. No es adecuada la preparación de los procesos de creación de productos/servicios						
	28. No es adecuada la planeación de los procesos de creación de productos/servicios						
	29. No se analizan adecuadamente los procesos de compra con proveedores nacionales						
	30. No se analizan adecuadamente los procesos de compra con proveedores extranjeros						
	31. No se analizan los costos que generan la creación de productos y/o servicios						
	32. No es eficiente cómo conservan la calidad de los productos/servicios creados						
	33. No se aplica valor agregado necesario a los productos y/o servicios creados						
	34. No revisan con frecuencia las funciones-procesos para crear productos/servicios						
Mercadeo y Ventas	35. No se conoce bien las características de los clientes						
	36. No se cumple eficientemente el servicio al cliente						
	37. No se analiza bien las características de la competencia						
	38. No se cuenta con una imagen adecuada del personal para el cliente						
	39. No es eficiente la forma de distribuir los productos en las ventas						
	40. No son eficientes las promociones para generar impacto en las ventas						
	41. No son adecuados los medios y estrategias de publicidad que se utilizan						
	42. No es adecuada la aceptación de los clientes de los precios que se ofrecen						
	43. No es adecuada la aceptación de los productos y/o servicios por los clientes						
	44. No se analizan, planifican y ejecutan eficientemente las ventas						
	45. No se analizan, planifican y ejecutan eficientemente las pos- ventas						
	46. No se analizan las funciones-operaciones en la comercialización						
Son 46 el total de gestiones que se deben ejecutar en su negocio, donde: 00 no se cumplen, y 00 se cumplen.							
Su negocio tiene una capacidad total de desarrollo de un 00 %. Es decir, tiene un 00 % de DESVENTAJA frente a la competencia.							

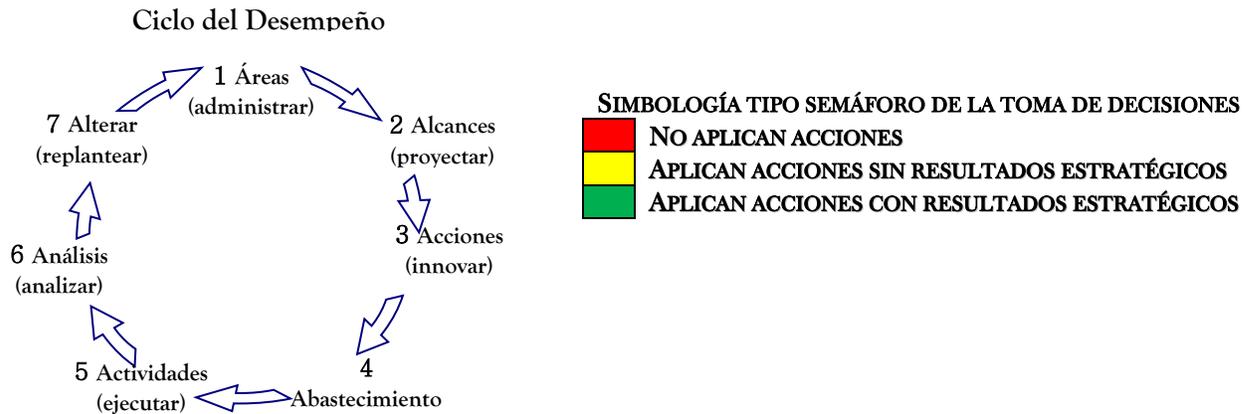
**TABLA NO. 4: RADIOGRAFÍA DEL BALANCE DE FUNCIONES (CONCLUSIÓN NO. 2)**

Departamento	Estructura de Cargos	Funciones Generales	Funcionario	Distribución (Eficiencia)	Tiempo Semanal	
Departamento de Dirección	Gerente General y/o Gerentes	Analizar gerencias, supervisarlas y formular estrategias de crecimiento				
Departamento de Administración y Finanzas	Administrador de Recursos Humanos	Crear estructura y cargos				
		Seleccionar al personal				
		Capacitar al personal				
		Evaluar al personal				
		Motivar al personal				
		Planificar trabajo del personal				
	Administrador de Recursos Materiales	Adquirir recursos (compras)				
		Proveer recursos				
		Documentar acciones				
		Controlar productos acabados				
	Administrador de Recursos Económicos	Administrar ingresos				
		Administrar egresos				
Crear Balances y Estados						
Crear proyecciones						
Departamento de Mercadeo y Ventas	Responsable de la Organización del Mercadeo y Ventas	Analizar al cliente				
		Analizar la competencia				
		Analizar y/o Promover los productos y/o servicios				
		Analizar el precio				
		Analizar las promociones				
		Analizar la publicidad				
	Ejecutores de las Ventas	Planificar las ventas				
		Ejecutar las ventas				
		Desarrollar Pos Ventas				
Departamento de Creación de Productos y/o Servicios	Supervisores de creación de los productos/servicios	Preparar áreas de creación/mes				
		Planear producción por semana				
		Supervisar producción diaria				
	Operarios de la creación de los productos/servicios	Ejecutar producción				
		Verificar calidad del producto				
		Entrega de producto a ventas				

**TABLA NO. 5: RADIOGRAFÍA DE LA EFICIENCIA PARA PLANIFICAR POR GESTIÓN (CONCLUSIÓN NO. 3)**

<b>Áreas</b> (administrar)	Organizar y Dirigir el área de Ventas	Organizar y Dirigir el área de Prod/Serv	Organizar y Dirigir el área de Administración	Organizar y Dirigir el área de Contabilidad
<b>Alcances</b> (proyectar)	Metas de Ventas	Metas de Prod/Serv	Metas de Capacitación	Metas de Productividad
<b>Acciones</b> (innovar)	Estrategias para aumentar las ventas	Estrategias para aumentar la prod/serv	Estrategias para mejorar la administración	Estrategias para disminuir los costos
<b>Abastecimiento</b> (invertir)	Inversión para aumentar ventas	Inversión para aumentar calidad	Inversión para especializar al personal	Inversión para el ahorro
<b>Actividades</b> (ejecutar)	Funciones para el equipo de ventas	Funciones para el equipo de prod/serv	Funciones para el equipo de administración	Funciones para el equipo de contabilidad
<b>Análisis</b> (analizar)	Eficiencia en ventas ¿Cómo venden?	Eficiencia productiva ¿Cómo producen?	Eficiencia administrativa ¿Cómo administran?	Eficiencia contable ¿Cómo contabilizan?
<b>Alterar</b> (replantear)	Reorganizar área o funciones en Ventas	Reorganizar área o funciones Prod/Serv	Reorganizar área o funciones en Admón.	Reorganizar área o funciones Contabilidad

**TABLA NO. 6: RADIOGRAFÍA DEL DESEMPEÑO (CONCLUSIÓN NO. 4)**



**TABLA NO. 7: RADIOGRAFÍA DEL PERFIL GERENCIAL (CONCLUSIÓN NO. 5)**

CARACTERÍSTICAS DE UNA EMPRESA	Gerencia General	Gerencia Administración	Gerencia Mk y Ventas	Gerencia Operaciones
Áreas de trabajo				
Funciones				
Herramientas				
Estrategias				
Comunicaciones				
Capacitaciones				
Desempeño				
Mentalidad Empresarial				
TIC				
RSC				
EFICACIA				

**TABLA NO. 8: RADIOGRAFÍA EMPRESARIAL: CEPR (CONCLUSIÓN NO. 6)**

CARACTERÍSTICAS DE UNA EMPRESA	Su negocio es <u>Competitiva</u> por las siguientes características <b>VISIONARIA:</b>	Su negocio está en <u>Equilibrio</u> por las siguientes características de <b>SOSTENIBILIDAD:</b>	Su negocio genera <u>Pérdidas</u> por las siguientes características <b>EMPIRICAS:</b>	Su negocio está en <u>Riesgo</u> , por las siguientes características de <b>RIESGOSAS:</b>
Áreas de trabajo				
Funciones				
Herramientas				
Estrategias				
Comunicaciones				
Capacitaciones				
Desempeño				
Mentalidad Empresarial				
TIC				
RSC				
EFICACIA				

**TABLA NO. 9: RADIOGRAFÍA EMPRESARIAL: FODA (CONCLUSIÓN NO. 6)**

FORTALEZAS (INTERNO)	OPORTUNIDADES (EXTERNO)
1.	1.
DEBILIDADES (INTERNO)	AMENAZAS (EXTERNO)
1.	1.

TABLA NO. 10: FICHA TÉCNICA DE SOLUCIÓN: CREACIÓN DE ESTRATEGIAS/MEJORÍA (MEZCLA FODA)

		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<b>FORTALEZAS</b>		<b>ESTRATEGIAS OFENSIVAS</b> (Combinación de Fortalezas y Oportunidades)	<b>ESTRATEGIAS DEFENSIVAS</b> (Proyección de Fortalezas y Amenazas)
		Estrategia 1.	Estrategia 2.
<b>DEBILIDADES</b>		<b>ESTRATEGIAS DE REORIENTACIÓN</b> (Proyección de Debilidades y Oportunidades)	<b>ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA</b> (Combinación de Debilidades y Amenazas)
		Estrategia 3.	Estrategia 4.

TABLA NO. 11: FICHA TÉCNICA DE SOLUCIÓN: METAS DE CAMBIOS/MEJORÍA

ÁREA	ESTRATEGIAS A APLICAR	IMPACTO PROGRAMADO
General	Estrategia 1. mejorar la dirección del negocio	
Administración	Estrategia 2. mejorar la y/o implementar capacitación con el personal Estrategia 3. mejorar la y/o implementar motivación con el personal Estrategia 4. mejorar las y/o implementar evaluaciones con el personal Estrategia 5. mejorar los y/o implementar planes de trabajo con el negocio	
Contabilidad	Estrategia 6.	
Mercadeo	Estrategia 7. mejorar la y/o implementar publicidad Estrategia 8. mejorar las y/o implementar promociones Estrategia 9. mejorar los y/o implementar precios Estrategia 10. mejorar la y/o implementar distribución Estrategia 11. mejorar la y/o implementar investigación de los clientes	
Ventas	Estrategia 12.	
Operaciones	Estrategia 13. mejorar el producto que se ofrece Estrategia 14. mejorar la y/o implementar supervisión de los procesos de producción Estrategia 15. mejorar la y/o implementar ejecución de los procesos de producción	

## **GUÍA DE ESTRATEGIAS A SEGUIR PARA SOLUCIONAR LAS DEBILIDADES Y AMENAZAS DEL NEGOCIO**

Ahora veremos de qué manera se solucionarán los problemas, limitaciones, puntos negativos y debilidades encontradas en el negocio.

Esta guía permite conocer las diferentes soluciones que se proponen para que el empresario trabaje a lo inmediato y comience a desarrollarlas estructuralmente con los asesores de AGIL.

### **JUSTIFICACIONES PARA REALIZAR LA PRIMERA ASESORÍA**

#### **PRODUCTOS A CREAR PARA LA PRIMERA ASESORÍA**

1.

#### **IMPACTOS ESPERADOS POR LOS PRODUCTOS A CREAR**

1.

#### **ESTRATEGIAS A SEGUIR PARA LA PRIMERA ASESORÍA**

### **JUSTIFICACIONES PARA REALIZAR LA SEGUNDA ASESORÍA**

#### **PRODUCTOS A CREAR PARA LA SEGUNDA ASESORÍA**

1.

#### **IMPACTOS ESPERADOS POR LOS PRODUCTOS A CREAR**

1.

#### **ESTRATEGIAS A SEGUIR PARA LA SEGUNDA ASESORÍA**

### **JUSTIFICACIONES PARA REALIZAR LA TERCERA ASESORÍA**

#### **PRODUCTOS A CREAR PARA LA TERCERA ASESORÍA**

1.

#### **IMPACTOS ESPERADOS POR LOS PRODUCTOS A CREAR**

1.

#### **ESTRATEGIAS A SEGUIR PARA LA TERCERA ASESORÍA**

**JUSTIFICACIONES PARA REALIZAR LA CUARTA ASESORÍA****PRODUCTOS A CREAR PARA LA CUARTA ASESORÍA**

1.

**IMPACTOS ESPERADOS POR LOS PRODUCTOS A CREAR**

1.

**ESTRATEGIAS A SEGUIR PARA LA CUARTA ASESORÍA**

1. Estrategias para mejorar y/o implementar adecuadamente las ventas
2. Estrategias para mejorar y/o implementar adecuadamente las pos ventas
3. Estrategias para mejorar la y/o implementar publicidad
4. Estrategias para mejorar las y/o implementar promociones
5. Estrategias para mejorar los y/o implementar precios
6. Estrategias para mejorar la y/o implementar distribución
7. Estrategias para mejorar la y/o implementar investigación de las necesidades y satisfacción de los de los clientes
8. Estrategias para mejorar los productos y/o servicios que se ofrece
9. Estrategias para mejorar la y/o implementar supervisión de los procesos de producción de los productos y/o servicios
10. Estrategias para mejorar la y/o implementar ejecución de los procesos de producción de los productos y/o servicios
11. Estrategias para mejorar la Dirección del negocio
12. Estrategias para mejorar la y/o implementar capacitación con el personal

13. Estrategias para mejorar la y/o implementar motivación con el personal
14. Estrategias para mejorar las y/o implementar evaluaciones con el personal
15. Estrategias para mejorar los y/o implementar planes de trabajo con su negocio
16. Estrategias para mejorar las y/o implementar formas de distribuir las compras de materias primas y artículos de oficina entre el personal
17. Estrategias para mejorar los y/o implementar controles de inventarios
18. Estrategias para mejorar los y/o implementar controles de ingresos a través de caja
19. Estrategias para mejorar los y/o implementar controles de egresos a través de caja
20. Estrategias para mejorar los y/o implementar balances generales y estados de resultados
21. Estrategias para mejorar el y/o implementar análisis financiero para tomas de decisiones
22. Estrategias para mejorar las y/o implementar políticas de crédito
23. Estrategias para mejorar las y/o implementar políticas de cobro