

Tabla de Contenido

1.	Antecedentes Generales	1
2.	Descripción del proyecto y justificación	3
3.	Objetivos	4
3.1.	Objetivo General	4
3.2.	Objetivos Específicos	4
4.	Marco Conceptual	5
4.1.	Concepto de Estrategia.....	5
4.2.	Análisis PESTE.....	5
4.3.	Fuerzas de Porter.....	6
4.4.	Perfil de Capacidades Internas (PCI).....	7
4.5.	Investigación de mercado	8
4.6.	Análisis FODA	10
4.7.	Mapas estratégicos y Cuadro de Mando Integral (CMI).....	10
4.7.1.	Las perspectivas.....	11
4.7.2.	Elementos del Cuadro de Mando Integral.....	12
5.	Metodología	14
5.1.	Para el análisis de la situación actual.....	14
5.2.	Para la investigación de mercado.....	15
5.3.	Para la formulación de la estrategia.....	15
5.4.	Para el diseño de la herramienta de Control de Gestión.....	17
6.	Alcances	18
7.	Resultados esperados	18
8.	La Empresa	19
8.1.	Descripción General.....	19
8.2.	Productos	20
8.3.	Clientes	22
9.	Diagnóstico de la situación actual	25
9.1.	Análisis Externo	25
9.1.1.	Análisis PESTE	25
9.1.2.	Análisis de las Fuerzas de Porter.....	33
9.1.3.	Conclusiones análisis externo.....	40
9.2.	Análisis Interno.....	41

9.2.1. Perfil de Capacidades Internas	41
9.2.2. Conclusiones análisis interno	46
9.3. Investigación de clientes.....	47
9.4. Análisis FODA	50
9.5. Matriz de posibilidades.....	53
10. Definición estratégica para Singolare	57
10.1. Visión, Misión y Valores	57
10.1.1. Visión.....	57
10.1.2. Misión.....	57
10.1.3. Valores.....	57
10.2. Declaración estratégica.....	57
10.3. Temas estratégicos	59
10.4. Objetivos estratégicos.....	60
10.4.1. Perspectiva financiera	60
10.4.2. Perspectiva de los clientes.....	61
10.4.3. Perspectiva de procesos internos	61
10.4.4. Perspectiva de aprendizaje y crecimiento.....	62
10.5. Mapa Estratégico	62
11. Sistema de control de gestión para la estrategia propuesta	65
11.1. Indicadores y metas.....	65
11.1.1. Perspectiva financiera	65
11.1.2. Perspectiva de los clientes.....	68
11.1.3. Perspectiva de procesos internos	71
11.1.4. Perspectiva de aprendizaje y crecimiento.....	74
11.2. Cuadro de Mando Integral	78
11.3. Iniciativas Estratégicas	79
12. Conclusiones.....	85
13. Bibliografía	87
14. Anexos.....	88