

# DIAGNÓSTICO PARA DETERMINACIÓN DE ACTIVIDADES PREPONDERANTES EN LA CADENA DE VALOR

## Sesión 1

Entrevista a Dirección (información Cualitativa)

- 1.- Determinación de alcances y objetivos del diagnóstico.
  - 1.1.- Definición y alineación de conceptos.
- 2.- Describe de forma breve la historia de la compañía y sus empresas.
- 3.- Descripción general del valor agregado en el mercado de las diferentes razones sociales y describir la posición de la (o las) empresa en la macro cadena de valor.
- 4.- ¿Tienen definido su modelo de negocio?, o ¿sus modelos de negocio?, ¿Lo tienen documentado?, en caso de que la respuesta sea afirmativa, mostrarlo, en caso de negativo describirlo durante la sesión.
- 5.- Determinar por parte del cliente, las empresas y procesos a diagnosticar (las razones sociales a las que les da servicio).
- 6.- Descripción detallada de todas las actividades de las empresas a diagnosticar.
  - a) Actividades primarias. Proveeduría, logística, operación, mktng, ventas y postventa.
  - b) Fundamentales o soporte. Gestión de capital humano, compras, desarrollo y tecnología, gestión del negocio, y administración.
- 7.- Definir cuáles son las actividades o valores agregados que generan mayor contribución en ventas, o contribución marginal al negocio, o en elementos estratégicos y cuanto personal participa en esas actividades
- 8.- ¿Cuál es la infraestructura con la que cuenta la compañía a diagnosticar para poder ofrecer sus servicios o productos?

## Sesión 2

Entrevista con directores de Finanzas, Ventas, Admon, RH, Operaciones. (Información cuantitativa).

- 9.- Mostrar su estructura organizacional por departamento/Actividad, cantidad de personal y costo de nómina - Organigrama
- 10.- Mostrar los reportes de los servicios o productos más vendidos y rentables de la empresa.
  - a) Ventas y rentabilidad a nivel general.
  - b) Ventas y rentabilidad por canal
  - c) Ventas y rentabilidad por cliente

d) Ventas y rentabilidad por tipo de servicio o producto

11.- Mostrar objeto de los contratos que tiene con sus clientes.

12.- Mostrar conceptos con los que realizan la facturas a sus clientes.

13.- Mostrar las actas constitutivas y detalles de objetos sociales de las empresas a diagnosticar.

### Sesión 3

Segmentación de actividades primarias y fundamentales en el mapeo de procesos

14.- Realizar en mapeo de procesos de las actividades separando las fundamentales de las primarias

### Sesión 4

Complementos de información (en caso de ser necesario)