

## Contenido

INTRODUCCIÓN .....	4
1. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EMPRESA Y DE SU ENTORNO .....	5
1.1 Historia .....	5
1.2 Visión, Misión, Objetivos .....	6
1.3 Tamaño y Estructura Organizacional de la Empresa .....	7
1.4 Áreas de Comercialización .....	9
1.5 Productos .....	9
1- Colección Uriarte .....	9
2- Series de Artistas .....	9
3- Colección de Galería .....	10
4- Firma Uriarte .....	10
5- Archivos Uriarte.....	10
6- Series de Museo Uriarte .....	10
1.6 Cadena de valor .....	10
1.6.1 Elaboración de las piezas .....	11
1.6.2 Cocimiento de las piezas.....	11
1.6.3 Preparación del esmalte y los colores .....	11
1.6.4 Esmaltado y decorado de las piezas .....	12
1.7 Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter.....	12
1.7.1 Amenaza de los nuevos competidores - <i>media</i> .....	13
1.7.2 Poder de negociación de los proveedores - alto.....	14
1.7.3 Amenaza de productos sustitutos - baja.....	14
1.7.4 Poder de negociación de los clientes - medio/bajo .....	14
1.7.5 Rivalidad entre los competidores existentes – media/baja .....	14
2. PROYECTO ASIGNADO: Catalogación de azulejos.....	15
2.1 Introducción al Proyecto .....	15
2.2 Diagnóstico del problema.....	15
2.2.1 Síntomas de la problemática .....	15
2.2.2 Causas.....	16
2.2.3 Consecuencias .....	16
2.3 Definición del Proyecto .....	19
2.3.1 Clasificación de azulejos .....	19

2.4 PROPUESTA DE SOLUCIÓN .....	23
2.4.1 Exposición de productos Uriarte.....	24
2.4.2 Empaque.....	24
2.4.3 Publicación en revistas de arte y diseño .....	25
2.4.4 Catálogo navideño .....	26
3. ANALISIS RETROSPETICTIVO SOBRE TALAVERA URIARTE .....	27
3.1 Operación de un Sistema de Producción .....	27
3.2 Administración de los Sistemas de Producción .....	28
3.3 Inventarios.....	29
3.4 Papel de los Almacenes en la Organización .....	30
3.5 Finalidad de los Organigramas.....	32
3.6 Control de Calidad .....	34
3.7 Imagen corporativa y Administración de marca .....	35
3.7.1 El rol de la imagen corporativa: Perspectiva del consumidor .....	35
3.7.2 El rol de la imagen corporativa: Perspectiva de la empresa .....	36
3.8 Rejuvenecimiento de una imagen .....	38
3.9 Estructura Organizacional y Almacenamiento .....	38
3.10 El secreto de Uriarte: Como sobrevivió a lo largo de los siglos.....	39
3.11 Uriarte como Lovemark .....	43
4. RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES SOBRE EL ANALISIS RETROSPECTIVO .....	45
4.1 PROYECTO ASIGNADO: CONCLUSIONES .....	47
BIBLIOGRAFÍA.....	48

## Índice de las Figuras

Figura 1: Organigrama.....	7
Figura 2: Ventas Mundiales    Figura 3: Ventas hacia el Extranjero .....	9
Figura 4: Las 5 fuerzas de Michael Porter .....	13
Figura 5: Mapa perceptual .....	17
Figura 6: Ventajas en la Clasificación de Productos.....	18
Figura 7: Alhambra, Granada .....	21
Figura 8: Azulejos Andalucía .....	21
Figura 9: Catalogo azulejos Uriarte .....	22
Figura 10: Catálogo de Regalos 2012 .....	26
Figura 11: La Calidad y sus Beneficios.....	35
Figura 12: Elementos de la Imagen Corporativa.....	36
Figura 13: Beneficios de una Imagen Corporativa positiva para el cliente y la empresa .....	37
Figura 14: Ciclo de vida de diferentes tipos de productos .....	39
Figura 15: Televisión                      Figura 16: Demonio .....	40
Figura 17: Collar Uriarte.....	41
Figura 18: Piramide de Maslow .....	42
Figura 19: The Lovemarks effect .....	43