Índice

		Pág.
1.	**DIAGNOSTICO**	1
1.1.	Diagnostico Estratégico y de Mercado	1
1.1.1.	Diagnostico Estratégico	3
1.1.1.1.	Validación de la Misión, Visión y Objetivos	3
1.1.1.2.	Principios de la Organización	7
1.1.1.3.	Análisis de la estrategia gerencial	8
1.1.1.4.	Análisis externo (Matriz EFE)	10
1.1.1.5.	Análisis del sector	14
1.1.1.6.	Análisis interno (Matriz EFI)	22
1.1.1.7.	Análisis interno (Diagnostico PCI)	28
1.1.1.7.1.	Capacidad directa	29
1.1.1.7.2.	Capacidad tecnológica	29
1.1.1.7.3.	Capacidad talento humano	29
1.1.1.7.4.	Capacidad competitiva	30
1.1.1.7.5.	Capacidad financiera	30
1.1.2.	Diagnostico de Mercadotécnica	30
1.1.2.1.	Identificación de factores críticos de éxito	30
1.1.2.2.	Validación e identificación de la estrategia de mercadotecnia	32
1.1.2.3.	Oferta de productos / servicios	35
1.1.2.4.	Análisis de las ventas	36
1.1.2.5.	Sondeo preliminar de mercado	37
1.1.3.	Conclusiones del área estratégica y de mercadotecnia	50
1.2.	Diagnostico Organizacional-Administrativo	51
1.2.1.	Evaluación de la estructura organizacional	53
1.2.2.	Inventario de recursos humanos	55
1.2.3.	Reglamento interno	55
1.2.4.	Manual de organización y funciones	56
1.2.5.	Análisis del estilo de liderazgo	56
1.2.6.	Principales aspectos administrativos	61
1.2.7.	Procesos administrativos	64
1.2.8.	Conclusiones del área organizacional - administrativa	72

1.3.	Diagnostico operativo-financiero	74
1.3.1.	Evaluación de los principales procesos de la organización	74
1.3.2.	Sistemas de administración y control	74
1.3.3	Evaluación financiera	76
1.3.3.1.	Análisis Horizontal y vertical de los EEFF	76
1.3.3.2.	Indicadores financieros	84
1.3.3.3.	Informe cosso	98
1.3.4.	Conclusiones del área operativa - financiera	109

2.	**PROPUESTA**	110
2.1.	Área estratégica - mercadotecnia	111
2.2.	Área organizacional - administrativa	115
2.3.	Área contable - financiera	129
2.4.	Área de producción	144
2.5.	Implementación de la Propuesta	151