

ÍNDICE DEL CONTENIDO

CAPÍTULO I	N° Pág.
1.1 INTRODUCCIÓN _____	2
1.2 BREVE RESEÑA HISTORICA Y TÉCNICA DE LA ORGANIZACIÓN _____	4
1.3 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR _____	5
1.4 MARCO LEGAL _____	9
CAPÍTULO II	
DIAGNÓSTICO	
2.1 Diagnóstico Estratégico y de Mercadotecnia _____	11
2.1.1 Diagnostico Estratégico _____	11
2.1.1.1 Validación de la Misión, Visión y Objetivos _____	12
2.1.1.2 Principios de la Organización _____	19
2.1.1.3 Análisis de la Estrategia Gerencial _____	20
2.1.1.4 Análisis Externo _____	22
2.1.1.5 Análisis del sector _____	29
2.1.1.6 Análisis Interno _____	34
2.1.1.6.1 Matriz de evaluación de Factores Internos EFI _____	37
2.1.1.7 Análisis Interno (Diagnóstico Percepción de Competencias Internas PCI) _____	40
2.1.1.7.1 Capacidad Directiva _____	41
2.1.1.7.2 Capacidad Tecnológica _____	43
2.1.1.7.3 Capacidad Talento Humano _____	45
2.1.1.7.4 Capacidad competitiva _____	46
2.1.2 Capacidad Financiera _____	47
2.1.3 Diagnóstico de Mercadotecnia _____	48

2.1.3.1	Identificación de Factores Críticos de Éxito	48
2.1.3.2	Validación e identificación de la Estrategia de Mercadotecnia	51
2.1.3.3	Oferta de productos/servicios	52
2.1.3.4	Análisis de ventas	59
2.1.3.5	Investigación de mercado	61
2.2	Conclusiones del área Estratégica y de Mercadotecnia	67
2.3	Diagnóstico Organizacional – Administrativo	69
2.3.1	Evaluación de la Estructura Organizacional	69
2.3.2	Inventario de recursos humanos	71
2.3.3	Reglamento Interno	71
2.3.4	Manual de Funciones	72
2.3.5	Análisis de Estilo de Liderazgo	73
2.3.6	Principales aspectos Administrativos	79
2.3.7	Procesos administrativos/procedimientos	79
2.3.8	Conclusiones del área Organizacional – Administrativa	80
2.4	Diagnóstico Operativo – Financiero	81
2.4.1	Evaluación de los principales Procesos de la organización	81
2.4.2	Sistemas de administración y control	85
2.4.3	Evaluación financiera	85
2.4.3.1	Indicadores financieros	86
2.4.3.2	Análisis Horizontal	90
2.4.3.3	Análisis Vertical	94
2.4.3.4	Punto de equilibrio	98
2.4.3.5	Estructura de Costos	99
2.4.4	Conclusiones del área Operativa – Financiera	100

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3.1	Aspectos Generales de la Propuesta Integral	102
3.1.1	Matriz de Fortalezas Oportunidades Debilidades Amenazas	102

3.1.2	Matriz Interna – Externa	104
3.1.3	Matriz de Causa – Efecto – Solución	105
3.2	Propuesta para el Área Estratégica y de Mercadotecnia	106
3.2.1	Supuestos de la Propuesta	106
3.2.2	Límites y alcances de la Propuesta	106
3.2.3	Misión propuesta	106
3.2.4	Visión propuesta	108
3.2.5	Objetivos propuestos	108
3.2.6	Estrategia de Desarrollo de Mercado	109
3.2.7	Plan de marketing	110
3.2.7.1	Resumen ejecutivo	110
3.2.7.2	Análisis de la situación	110
3.2.7.3	Diagnóstico de la situación	111
3.2.7.4	Objetivos comerciales	111
3.2.7.5	Estrategias de marketing	112
3.2.7.6	Programa de implementación	114
3.2.7.7	Presupuesto	116
3.2.7.8	Mecanismos de control	117
3.3	Propuesta para el Área Organizacional – Administrativa	118
3.3.1	Supuestos de la propuesta	118
3.3.2	Límites y alcances de la propuesta	118
3.3.3	Estructura de manual de funciones	118
3.3.4	Reglamento interno	119
3.3.5	Reglas y normas para regular el logro de metas parciales	120
3.4	Propuesta para el Área Operativa Financiera	121
3.4.1	Supuestos de la propuesta	121
3.4.2	Límites y alcances de la propuesta	121
3.4.3	Cuadro de control de análisis financiero	121
3.5	Costos de la propuesta	122
3.5.1	Detalle de costos por contratación de personal para nuevos cargos	122
3.6	Costo Total de la propuesta	123

3.7 Conclusiones	124
3.8 Recomendaciones	126

Bibliografía

Anexos