



## Contenido

INTRODUCCION.- .....	1
Historia de la Organización.-.....	3
Descripción del Sector.....	5
Contexto Internacional.-.....	7
Contexto Nacional.-.....	7
Marco Legal.....	11
<b>1. Diagnóstico.....</b>	<b>14</b>
<b>1.1. Diagnóstico estratégico y de mercadotecnia.....</b>	<b>14</b>
<b>1.1.1. Diagnóstico estratégico.....</b>	<b>14</b>
<b>1.1.1.1. Análisis de la Misión de "IMPRESIONES SIRCA".....</b>	<b>15</b>
<b>1.1.1.2. Análisis de la Visión de "IMPRESIONES SIRCA".....</b>	<b>20</b>
<b>1.1.1.3. Análisis de los Objetivos de "IMPRESIONES SIRCA".....</b>	<b>23</b>
<b>1.1.1.4. Principios de la Organización.....</b>	<b>25</b>
<b>1.1.1.5. Principios actuales.....</b>	<b>25</b>
<b>1.1.1.6. Análisis de la Estrategia Gerencial (Genérica y Estrategia Corporativa).....</b>	<b>26</b>
<b>1.1.1.7. Análisis Externo (Matriz EFE).....</b>	<b>26</b>
<b>1.1.1.8. Análisis del Sector.....</b>	<b>30</b>
<b>1.1.1.9. Análisis del Diamante de Porter.....</b>	<b>33</b>
<b>1.1.1.10. Análisis Interno (Matriz EFI).....</b>	<b>34</b>
<b>1.1.1.11. Análisis interno (diagnostico PCI).....</b>	<b>40</b>
<b>Capacidad Directiva.....</b>	<b>41</b>
<b>Capacidad Tecnológica.....</b>	<b>42</b>
<b>Capacidad Talento Humano.....</b>	<b>43</b>
<b>Capacidad Competitiva.....</b>	<b>44</b>



<b>Capacidad Financiera</b> .....	<b>45</b>
<b>1.1.1 Diagnóstico de mercadotecnia</b> .....	<b>46</b>
<b>1.1.2.1 Identificación de Factores Críticos de Éxito</b> .....	<b>46</b>
<b>1.1.2.2 Validación e Identificación de la Estrategia de Mercadotecnia</b> .....	<b>51</b>
<b>1.1.2.3 Oferta de Productos / Servicios</b> .....	<b>52</b>
<b>1.1.2.4 Análisis de las Ventas</b> .....	<b>54</b>
<b>1.1.2.5 Sondeo Preliminar del Mercado</b> .....	<b>56</b>
<b>Conclusiones del Área Estratégica y de Mercadotecnia</b> .....	<b>60</b>
<b>1.2 Diagnostico Organizacional – Administrativo</b> .....	<b>63</b>
<b>1.2.1 Evaluación de la Estructura Organizacional</b> .....	<b>64</b>
<b>1.2.2 Inventario de Recursos Humanos</b> .....	<b>69</b>
<b>1.2.3 Reglamento Interno</b> .....	<b>71</b>
<b>1.2.4 Manual de organización y Funciones</b> .....	<b>73</b>
<b>1.2.5 Análisis del estilo de liderazgo</b> .....	<b>74</b>
<b>1.2.6 Principales aspectos administrativos</b> .....	<b>76</b>
Cultura Organizacional .....	76
Organización Formal e Informal .....	80
Motivación .....	80
Centralismo y delegación de autoridad.....	81
<b>1.2.7 Procesos administrativos / procedimientos</b> .....	<b>82</b>
<b>Conclusiones del Área Organizacional – Administrativa</b> .....	<b>87</b>
<b>1.3 Diagnostico Operativo – Financiero</b> .....	<b>89</b>
<b>1.3.1 Evaluación de los principales Procesos de la Organización</b> .....	<b>89</b>
<b>1.3.1.1 Flujograma</b> .....	<b>91</b>
<b>1.3.2 Sistemas de Administración y Control</b> .....	<b>93</b>
<b>Proceso de Contabilidad General</b> .....	<b>93</b>
<b>Políticas y Normas Financieras</b> .....	<b>93</b>
<b>Política del Área de Ventas</b> .....	<b>93</b>
<b>Política de Créditos</b> .....	<b>93</b>
<b>Políticas del Área de Administración de Personal</b> .....	<b>94</b>
<b>1.3.3 Evaluación Financiera</b> .....	<b>94</b>



---

<b>1.3.3.1</b>	<b>Indicadores Financieros .....</b>	<b>94</b>
<b>1.3.3.2</b>	<b>Análisis Horizontal .....</b>	<b>97</b>
<b>1.3.3.3</b>	<b>Análisis Vertical .....</b>	<b>98</b>
<b>1.3.3.4</b>	<b>Punto de Equilibrio y Apalancamiento .....</b>	<b>99</b>
	<b>Conclusiones del Área Operativa – Financiera .....</b>	<b>102</b>