



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Resolución: RPC-SO-14-No.287-2020

PROYECTO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER

Título del proyecto:

PLANIFICACION ESTRATEGICA PARA LA EMPRESA “ORION GROUP S.A.” DE LA
CIUDAD DE QUITO

Línea de Investigación:

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SOCIEDAD

Campo amplio de conocimiento:

ADMINISTRACIÓN

Autor/a:

EVELYN JOHANNA GOMEZ ENCALADA

Tutor/a:

MG. MIGUEL AIZAGA

Quito – Ecuador

2023

APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, Miguel Aizaga con C.I: 1758070583, en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: PLANIFICACION ESTRATEGICA PARA LA EMPRESA “ORION GROUP S.A.” DE LA CIUDAD DE QUITO.

Elaborado por: Evelyn Johanna Gomez Encalada, de C.I: 1715066161, estudiante de la Maestría: Administración de Empresas, de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 04 de marzo de 2022



Firma

DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE

Yo, Evelyn Johanna Gomez Encalada con C.I: 1715066161, autor/a del proyecto de titulación denominado: PLANIFICACION ESTRATEGICA DE LA EMPRESA "ORION GROUP S.A." DE LA CIUDAD DE QUITO. Previo a la obtención del título de Magister en Administración de Empresas.

Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar el respectivo trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

1. Manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Tecnológica Israel los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor@ del trabajo de titulación, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital como parte del acervo bibliográfico de la Universidad Tecnológica Israel.
2. Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de prosperidad intelectual vigentes.

Quito D.M., 08 de marzo de 2023

Contenido

APROBACIÓN DEL TUTOR	1
DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE	2
INFORMACIÓN GENERAL	7
Contextualización del tema.....	7
Pregunta problémica.....	8
Objetivo general.....	8
Presentar una Planificación Estratégica para la empresa Orion Group de la Ciudad de Quito. .	8
Objetivos específicos.....	8
Beneficiarios directos:.....	8
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	9
1.1. Contextualización de fundamentos teóricos	9
1.2. Problema a resolver	11
1.3. Proceso de Investigación	12
Enfoque de la Investigación	12
Tipo de Investigación	13
Población y Muestra	13
La Encuesta	14
1.4. Vinculación con la Sociedad:	16
1.5. Indicadores de Resultados:	17
CAPÍTULO II: PROPUESTA.....	25

2.1. Fundamentos teóricos aplicados.....	25
2.2. Descripción de la Propuesta	30
Inicio Filosofía Empresarial	31
2.3. Validación de la propuesta	47
2.4. Matriz de articulación de la propuesta.....	48
CONCLUSIONES.....	49
RECOMENDACIONES.....	49
BIBLIOGRAFÍA	50

Índice de tablas

Tabla 1 Pregunta N. 1.....	17
Tabla 2 Pregunta N. 2.....	18
Tabla 3 Pregunta N. 3.....	18
Tabla 4 Pregunta N. 4.....	19
Tabla 5 Pregunta N. 5.....	20
Tabla 6 Pregunta N. 6.....	20
Tabla 7 Pregunta N. 7.....	21
Tabla 8 Pregunta N. 8.....	22
Tabla 9 Entrevista con respuestas.....	23
Tabla 10 Análisis de Misión	32
Tabla 11 Misión, Visión y Valores.....	33
Tabla 12 Organigrama Institucional	36
Tabla 13 Organigrama Funcional	37
Tabla 14 Matriz FODA	38
Tabla 15 Matriz FODA cruza de Variables	39
Tabla 16 Ejes Estratégicos	40
Tabla 17 Balance Score Card	44
Tabla 18 Mapa Estratégico	46
Tabla 10. Matriz de articulación.....	48

Índice de figuras

Ilustración 1	17
Ilustración 2	18
Ilustración 3	19
Ilustración 4	19
Ilustración 5	20
Ilustración 6	21
Ilustración 7	21
Ilustración 8	22
Ilustración 9	26
Ilustración 10	29

INFORMACIÓN GENERAL

Contextualización del tema

“La radiología, comienza su historia entre 1902 y 1920 aunque fue más bien una curiosidad científica antes que un instrumento de mayor aplicación tanto el diagnóstico como en el tratamiento. La Radiología se convierte en verdadera y respetable profesión años después por la abnegada gestión de jóvenes médicos, que aceptaron probar suerte en los incipientes Servicios de Rayos X de los Hospitales Asistenciales Públicos. Seguirá ascendiendo en el horizonte de las Ciencias Médicas lo que hoy se denomina la IMAGENOLOGIA. Seguirá creciendo en todos los ámbitos mientras haya quienes estén dispuestos a luchar por ella, brindando el servicio profesional de la más alta calidad. Para algunos de los actores que están ya en el atardecer de sus vidas, seguirá siendo una rutilante estrella a la cual la hemos tenido siempre como nuestra guía.” (Rodrigo, s.f.)

La Empresa de Radiología y Tomografía dental Orion Group S.A. de la ciudad de Quito, que presta el servicio de imagenología desde hace más de 19 años, que nació con la necesidad de la un servicio de radiología al alcance de los pacientes, en la actualidad cuenta con 3 sucursales y 11 colaboradores, al servicio de los odontólogos y especialistas, en la actualidad atiende un promedio de 9.000 pacientes al año, y con ingresos promedios anuales sobre los \$300.000, con un margen de utilidad neta del 15%.

Con La planeación estratégica de la empresa Orion Group, se espera corregir los problemas actuales, que la empresa viene arrastrando a lo largo de su vida como empresa, los cuales se han venido dilatado; se ha visto le necesidad de manera emergente por el tamaño que actualmente la empresa adquirido como tal y sus necesidades, tratando de ajustarse a los nuevos requerimientos de la tecnología médica, avances de la medicina y la demanda de los pacientes; además de la adaptación de las exigencias del mercado, la falta de estrategias para superar a la competencia. Es en este punto

donde la Planeación estratégica toma una connotación trascendental proporcionando herramientas de gestión como el diseño de un Plan estratégico.

Pregunta problémica

¿Cómo delinear una planificación estratégica para lograr los objetivos de la Empresa “ORION GROUP S.A. de la Ciudad de Quito?

Objetivo general

Presentar una Planificación Estratégica para la empresa Orion Group de la Ciudad de Quito.

Objetivos específicos

- Identificar los enfoques teóricos sobre la planificación estratégica.
- Diagnosticar la situación actual de la empresa Orion Group, a través de las técnicas como en cuenta y entrevista.
- Diseñar las estrategias para el plan estratégico acorde a la realidad del mercado actual.
- Esbozar el plan estratégico para Orion Group S.A., para el periodo 2023 – 2025.
- Valorar a través de criterio de especialistas la planificación estratégica propuesta.

Beneficiarios directos:

Propietarios

Suministra un enfoque de las áreas críticas para alcanzar la misión con éxito, prepara a la organización para futuros retos, reforzando un modelo de gobernanza con una visión estratégica acelerando la adaptación oportuna.

Colaboradores

La imagen y la atención a los clientes, los conocimientos y habilidades de los colaboradores, la eficacia en los procesos, la calidad, los activos tecnológicos, forman parte del vínculo que influyen en los resultados.

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1. Contextualización de fundamentos teóricos

Planificación estratégica

“La planeación estratégica es engañosamente sencilla: analiza la situación actual y la que se espera para el futuro, determina la dirección de la empresa y desarrolla medios para lograr la misión. En realidad, este es un proceso muy complejo que requiere de un enfoque sistemático para identificar y analizar factores externos a la organización y confrontarlos con las capacidades de la empresa”.

(Rodríguez, 2013)

“Luego de identificar los escenarios futuros y la dirección hacia la que se dirige la compañía, se identifican los resultados a alcanzar y las estrategias para alcanzarlos con el fin de mitigar los riesgos. “la planeación posee entre sus tareas específicas: la elaboración de pronósticos, determinación de objetivos, creación de estrategias, desarrollo de políticas y determinación de metas”. (David, 2003, p. 101).

Como herramienta básica de planificación, se adopta un plan estratégico, que es un documento que contiene las metas, intenciones y estrategias de la empresa que la gerencia pretende seguir a largo plazo para cambiar la situación actual a la situación deseada. Para ello, es necesario superar las debilidades, fortalecer las fortalezas y responder con prontitud a los cambios en el entorno externo. Por lo anteriormente descrito, la expectativa que la organización tenga éxito y cumpla con las perspectivas de sus stakeholders o grupos de interés.

Objetivos Estratégicos

“Los objetivos estratégicos se utilizan para hacer operativa la declaración de misión, es decir, ayudan a proporcionar dirección a cómo la organización puede cumplir o trasladarse hacia los objetivos más altos de la jerarquía de metas, la visión y la misión. Establecer objetivos requiere un criterio para medir el cumplimiento de los mismos. Si un objetivo pierde especificidad o mensurabilidad, no es útil,

simplemente porque no hay manera de determinar si está ayudando a la organización a avanzar hacia la misión y visión organizativa". (García, 2007)

"El objetivo de la planeación estratégica tiende a variar dependiendo de muchos factores, entre los cuales encontramos: el arquetipo de organización, el escenario económico-financiero, la madurez, etc. Sin importar la situación en la que se encuentre, la estructura, el tipo de negocio, el tamaño o el posicionamiento, efectuar una adecuada planeación estratégica resulta muy conveniente ya que nos permite investigar la viabilidad técnica, económica y financiera de un proyecto empresarial". (Martínez, 2012)

De esta manera podemos establecer que cada fase del proceso administrativo, comprende procesos vinculados entre sí de los procedimientos, para la racionalización y organización de conjunto de recursos humanos dentro de cualquier organización.

Importancia de la Planeación estratégica

"Su importancia radica en que la planeación estratégica ayuda a que los líderes de una organización plasmen la dirección que le quieren dar a la empresa, y cuando esta planificación es transmitida hacia toda la organización, ésta generará sinergia en todo el personal para la obtención de sus objetivos. Así mismo, ayuda a que cada trabajador sepa hacia a donde se quiere ir y se comprometa con ese destino" (Steiner, 1998)

Es por eso que debemos finiquitar que la Planeación Estratégica es inevitable en el proceso administrativo, porque va a determinar establecer si se debe ejecutar una tarea deduciendo de forma eficaz para alcanzar los objetivos anhelados, haciendo un seguimiento para subyugar las dificultades imprevistas.

Bajo los conceptos descritos y los temas abordados, para la empresa Orion Group, La planificación estratégica es esencial, de aporte para consecución de objetivos claros y específicos, lo que nos permite enfocar en lo que es importante y medir su progreso hacia esos objetivos, permite

identificar oportunidades de crecimiento, identificar oportunidades de crecimiento y expansión en el mercado. Esto nos va a permitir tomar medidas proactivas para capitalizar esas oportunidades y aumentar su participación en el mercado, logrando la anhelada rentabilidad de la organización.

Planificación estratégica y la estructura Organizativa

“La estructura organizacional es a la empresa lo que el esqueleto es al cuerpo. La sostiene y permite que todas las funciones se desarrollen normalmente. En el cuerpo cuando hay algún desequilibrio musculoesquelético, se generan disfunciones en los órganos. Igualmente, en la empresa, cuando no existe una estructura adecuada, una o más funciones tienden a desequilibrarse provocando fallas de desempeño que pueden desencadenar una crisis”. (Castañeda, 2006)

Estrategia Empresarial

“En las grandes empresas, suelen ser los altos niveles gerenciales quienes se ocupan del tema estratégico; sin embargo, a medida que un individuo asciende en la escala, tiene que ir pensando cada día más en forma estratégica” (Nauta, 1996)

La planificación estratégica encamina a definir claramente sus objetivos y metas, lo que les permite enfocarse en lo que es importante y medir su progreso hacia esos objetivos. A tomar decisiones informadas y basadas en datos, alinear su enfoque y recursos en la dirección correcta, así como responder rápidamente a los cambios en el entorno empresarial y aumentar su participación en el mercado

Mejora en la eficiencia operativa: apalancando a mejorar la eficiencia operativa y reducir costos innecesarios. Esto les permite ofrecer servicios de mayor calidad a sus pacientes y mejorar su rentabilidad.

1.2. Problema a resolver

En la empresa de Orion Group, se ha identificado que su fragilidad más significativa es la falta de una Gestión Administrativa eficiente debida a la inexistente total de organización, lineamientos

claros, falta de manuales de funciones, deficiente utilización de recursos y tiempos como resultado incremento de costes, falta de controles lo que ocasiona duplicidad de funciones y por ende reprocesos.

Por eso que la ejecución de la Planeación estratégica accederá resolver los inconvenientes de la organización, porque permitirá indicar los mejores senderos para llegar los objetivos; además de que los empleados se involucren y se sientan parte de la empresa, comprometiéndolos a todos los involucrados a alcanzar un objetivo institucional común, permitiendo que la empresa se mantenga a lo largo del tiempo en el mercado.

1.3. Proceso de Investigación

Enfoque de la Investigación

Este trabajo de investigación seguirá un enfoque metodológico mixto con énfasis en lo cualitativo-cuantitativo, ya que este es el enfoque más adecuado para el diseño de este estudio, ya que se abordarán cuestiones observacionales. Diagnosticar y priorizar la causa de los problemas de cualitativa a cuantitativa. Por lo que es importante describir que:

“Lo anterior ha servido para proponer la metodología mixta que ofrece una visión mucho más completa de la realidad social, al recuperar los aspectos favorables de los modelos cuantitativo (análisis estadístico, muestreo probabilístico, aplicación de cuestionarios cerrados) y los integra con los del modelo cualitativo (interpretación de lo individual, entrevista abierta, observación participante)”.

(Martínez Ruiz, 2012, pág. 123)

Por lo tanto, al entrevistar a gerentes y funcionarios, se utilizará un enfoque cualitativo para comprender los procesos de la organización; y cuantificado usando muestreo no probabilístico para desarrollar la técnica de encuestas a la muestra de clientes internos para obtener sus puntos de vista de Orion Group. “se constituye en la realización de una serie de investigaciones cualitativas (grupos de foco, entrevistas individuales) y cuantitativas (estudios de clientes)” (Zamudio Igami, 2005).

Tipo de Investigación

Descriptiva

“La investigación descriptiva tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes. El investigador puede elegir entre ser un observador completo, observar cómo participante, un participante observador o un participante completo.” (Alban, 2020)

La presente investigación será descriptiva, porque se estudiará la perspectiva de los empleados de Orion Group, de manera de determinar las falencias y la trascendencia de efectuar la Planificación estratégica como una herramienta primordial para consumir con las metas y objetivos planteados.

Investigación de campo

“La investigación de campo se orienta a buscar y recabar información in situ, es decir, en el lugar en el que se presenta el tema que se pretende estudiar. Se enfoca en el estudio directo de los acontecimientos en el lugar y tiempo en que ocurren, por lo que es la más indicada para indagar sobre los procesos y fenómenos tanto naturales como de carácter social. La información de primera mano –o datos primarios– es aquella que ha sido obtenida, organizada y formulada por el propio investigador.” (Zamudio Igami, 2005).

Población y Muestra

Al hablar de población, nos referimos a que “es el grupo de todos los elementos que se proponen para obtener una medida característica” (Rodríguez, 2015, pág. 8), bajo lo antes mencionado nuestra población estará conformada por los 11 empleados que trabajan en Orion Group y 900 clientes promedio al año que hacen uso de sus servicios.

La muestra estará definida bajo un método no probabilístico, mismo que “se caracteriza porque el investigador selecciona la muestra siguiendo algunos criterios identificados para los fines del estudio.” (Pineda et al., 1994); y esto “ante la imposibilidad de estudiar toda la población se selecciona un subgrupo de elementos representativos de la población que constituye lo que se denomina muestra. (Rodríguez, 2015, p. 8). Por tanto, la muestra será concertada por los 10 colaboradores, y la Gerente General, al disponer de la muestra reducida se considerará al y el total del personal, suponiendo obtener al menos 11 encuestas respondidas que respondería al 100% de la población

La Encuesta

La encuesta, estará conformada por 8 preguntas para los colaboradores, esto bajo el criterio que “es preferible que las preguntas del cuestionario sean concretas y simples” (Moreno, 2000, pág. 31), por lo que se ha considerad que sean de tipo cerradas con la finalidad de obtener respuestas directas y concluyentes.

FORMATO DE ENCUESTA				
A:	DIRIGIDA	Todo el personal que labora en la empresa Orion Group		
	ESCALA:	SI / NO		
# DE PREGUNTA	PREGUNTA	SI	NO	OBJETIVO
1	¿Conoce la planificación estratégica de la empresa Orion Group?			Determinar el nivel de conocimiento de los colaboradores sobre la planificación Estratégica Institucional.
2	¿Conoce la Misión y la Visión de Orion Group?			Establecer el nivel de conocimiento que perciben los colaboradores sobre la Misión y Visión
3	¿Conoce las políticas de la empresa?			Establecer el nivel de conocimiento de los diferentes colaboradores de cada área

4	¿Los objetivos y las metas institucionales son claros y comunicados a todo el personal?			Determinar el nivel de conocimiento y participación de los colaboradores en los objetivos y metas institucionales.
5	¿Están definidas las estrategias para cumplir con los objetivos institucionales?			Determinar si están bien definidas las estrategias
6	¿El área en la que usted trabaja están los objetivos bien definidos?			Determinar el nivel de conocimiento de los objetivos del área
7	¿Conoce usted a los responsables de cada área?			Determinar si los colaboradores tienen claro el nivel jerárquico
8	¿Cree que en la empresa aplican los valores institucionales?			Determinar la perspectiva de los colaboradores, con relación a los valores

Fuente: Elaboración propia

Procesamiento de los datos la Encuesta

Bajo el enfoque cuantitativo donde se propuso la técnica encuesta, el análisis será numérico bajo una matriz de datos, y que “es una tabla en donde figuran todos los datos que serán objeto de análisis. Cada fila corresponde a un sujeto. Cada columna corresponde a una variable.” (Moreno, 2000, p. 164).

Este análisis será bajo tabulación y representaciones gráficas que nos permitirá establecer las causas del problema desde la opinión de nuestros colaboradores.

La Entrevista

En cambio, la entrevista estará compuesta por 5 preguntas abiertas para conseguir respuestas que facilita el estudio y la paráfrasis de las reseñas alcanzadas

“La entrevista no estructurada también se prepara como un manual, con los puntos básicos sobre los que hay que recabar información, así como las preguntas que hay que hacer al entrevistado”.
(Moreno, 2000).

Formato de la Entrevista

FORMATO DE ENTREVISTA		
DIRIGIDA A:	Al más alto personal Directivo de la empresa Orion Group	
# DE PREGUNTA	PREGUNTA	OBJETIVO
1	¿La empresa Orion Group cuenta con un Plan Estratégico? Si, NO, ¿Por qué?	Determinar si la empresa cuenta con la Planificación Estratégica.
2	¿El personal de su empresa conoce la Misión y Visión de Orion Group?, y como se lo socializa?	Conocer si el personal conoce sobre esta Misión y Visión
3	¿Los empleados de Orion Group, conoce los objetivos institucionales y el periodo en las que se debe cumplir?	Identificar si la empresa tiene objetivos y metas claras.
4	¿Cómo se ejecuta el seguimiento de la ejecución del cumplimiento de las metas y objetivos	Determinar, la forma de medir los resultados y la toma de acciones oportunas
5	¿Se ha determinado un Plan de Acción para disminuir las debilidades y amenazas y potencializar las fortalezas y oportunidades?	Determinar el conocimiento de la situación actual de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

1.4. Vinculación con la Sociedad:

Este proyecto creará una conexión con la comunidad, con los colaboradores y del Grupo Orion, ya que al implementar el Plan Estratégico se fortalecerá el crecimiento de la Organización, utilizando la

mejora de procesos, confirmar el correcto desempeño de los empleados para incrementar las ganancias y el desarrollo institucional.

1.5. Indicadores de Resultados:

Las encuestas fueron aplicadas a una muestra de 11 clientes internos, y que son los que han trabajado en la empresa durante el último año, de manera ininterrumpida.

Encuesta

1. ¿Conoce la planificación estratégica de la empresa Orion Group?

No se encuentran elementos de tabla de ilustraciones.

Tabla 1 Pregunta N. 1

# DE PREGUNTA	PREGUNTA	CANTIDAD		PORCENTAJE	
		SI	NO	SI	NO
1	¿Conoce la planificación estratégica de la empresa Orion Group?	0	11	0%	100%



Ilustración 1

Fuente: Elaboración propia

El 100% de los colaboradores, no conocen la Planificación Estratégica, de la empresa, lo que nos da una idea de que el capital humano desconoce por completo el norte que la empresa sigue.

2. ¿Conoce la Misión y la Visión de Orion Group?

Tabla 2 Pregunta N. 2

# DE PREGUNTA	PREGUNTA	CANTIDAD		PORCENTAJE	
		SI	NO	SI	NO
2	¿Conoce la Misión y la Visión de Orion Group?	4	7	36%	64%

**Ilustración 2**

Fuente: Elaboración propia

El 64% de los encuestados desconoce la misión y Visión de la empresa, únicamente el 36%, es decir casi la 3era parte de los colaboradores los conoce.

3. ¿Conoce las políticas de la empresa?

Tabla 3 Pregunta N. 3

# DE PREGUNTA	PREGUNTA	CANTIDAD		PORCENTAJE	
		SI	NO	SI	NO
3	¿Conoce las políticas de la empresa?	7	4	64%	36%

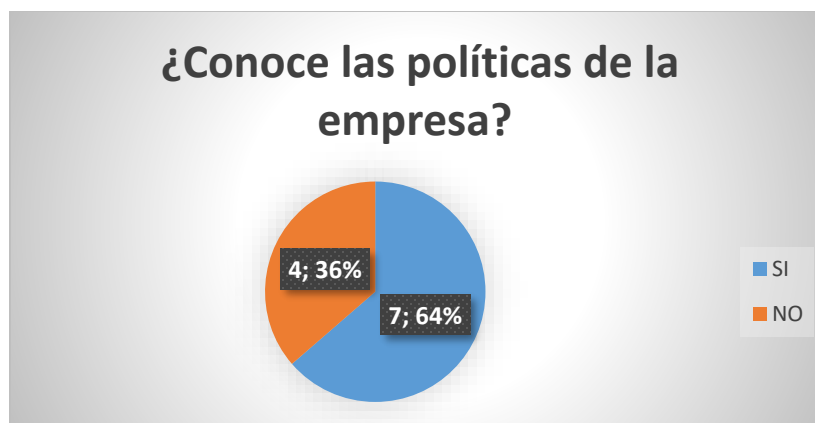


Ilustración 3

Fuente: Elaboración propia

El 64% de los encuestados desconoce las Políticas de la empresa, únicamente el 36%, es decir casi la 3era parte de los colaboradores las conoce.

4. ¿Los objetivos y las metas institucionales son claros y comunicados a todo el personal?

Tabla 4 Pregunta N. 4

# DE PREGUNTA	PREGUNTA	CANTIDAD		PORCENTAJE	
		SI	NO	SI	NO
4	¿Los objetivos y las metas institucionales son claros y comunicados a todo el personal?	2	9	18%	82%

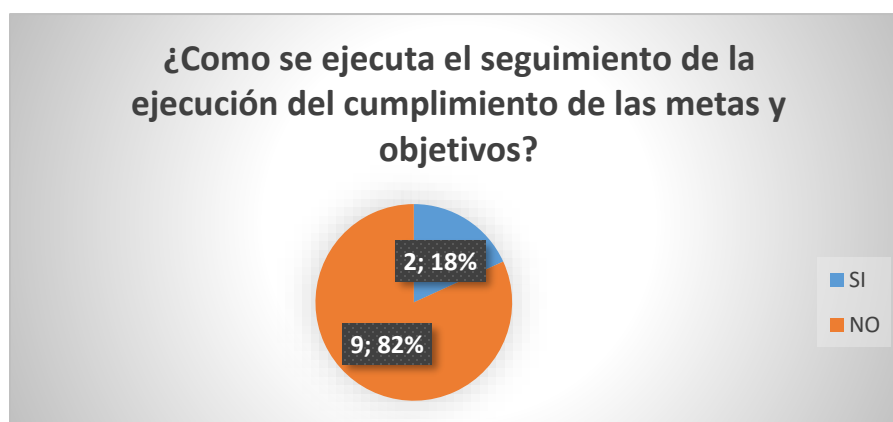


Ilustración 4

Fuente: Elaboración propia

Únicamente el 18% de los encuestados indica que los Objetivos y Metas Institucionales son claros y comunicados a todo el personal, y el 82%, indica que no lo son.

5. ¿Están definidas las estrategias para cumplir con los objetivos institucionales?

Tabla 5 Pregunta N. 5

# DE PREGUNTA	PREGUNTA	CANTIDAD		PORCENTAJE	
		SI	NO	SI	NO
5	¿Están definidas las estrategias para cumplir con los objetivos institucionales?	2	9	18%	82%



Ilustración 5

Fuente: Elaboración propia

Únicamente el 18% de los encuestados indica que están definidas las estrategias para cumplir con los objetivos institucionales, el 82%, indica que no lo son.

6. ¿El área en la que usted trabaja están los objetivos bien definidos?

Tabla 6 Pregunta N. 6

# DE PREGUNTA	PREGUNTA	CANTIDAD		PORCENTAJE	
		SI	NO	SI	NO
6	¿El área en la que usted trabaja están los objetivos bien definidos?	2	9	18%	82%



Ilustración 6

Fuente: Elaboración propia

El 18% de los encuestados indica que en el Área que trabaja están los objetivos bien definidos, el 82%, indica que no.

7. ¿Conoce usted a los responsables de cada área?

Tabla 7 Pregunta N. 7

# DE PREGUNTA	PREGUNTA	CANTIDAD		PORCENTAJE	
		SI	NO	SI	NO
7	¿Conoce usted a los responsables de cada área?	11	0	100%	0%

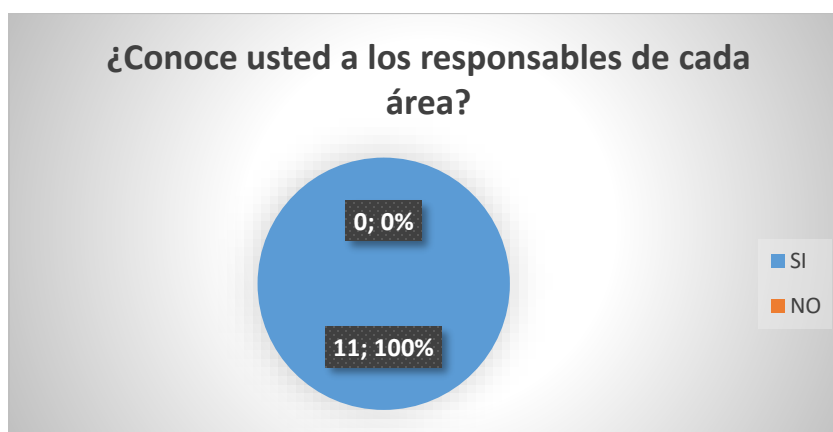


Ilustración 7

Fuente: Elaboración propia

El 100% de los encuestados indica que conoce a los responsables de cada área, lo que nos revela que la línea jerárquica está definida dentro de la empresa.

8. ¿Cree que en la empresa aplican los valores institucionales?

Tabla 8 Pregunta N. 8

# DE PREGUNTA	PREGUNTA	CANTIDAD		PORCENTAJE	
		SI	NO	SI	NO
8	¿Cree que en la empresa aplican los valores institucionales?	10	1	91%	9%



Ilustración 8

Fuente: Elaboración propia

El 91% de los encuestados indica que la Empresa aplica los valores Institucionales, y únicamente 9% indica que no.

Los resultados de las encuestas nos dan una idea bastante clara de la situación actual de la empresa, dando un resultado preocupante y es el resultado las secuelas de no planificar estratégicamente, lo que nos da la idea que actualmente la empresa es un barco a la deriva. La empresa deberá tomar acciones inmediatas, para reducir la perdida de oportunidades, la asignación inadecuada de recursos, porque los colaboradores no saben la importancia de sus labores, definitivamente si la empresa no planifica cada día está mas lejos del éxito empresarial.

Método del Análisis de la Entrevista

Bajo la concordancia del enfoque cualitativo al momento de aplicar la técnica entrevista, el análisis será bajo la obtención de conclusiones frente a las preguntas planteadas.

Tabla 9 Entrevista con respuestas

ENTREVISTA		
DIRIGIDA A:	A la Gerente General de la empresa Orion Group Dra. Yolanda Guerra	
# DE PREGUNTA	PREGUNTA	RESPUESTAS
1	¿La empresa Orion Group tienen un Plan Estratégico? Cuéntenos del este.	No, Porque La empresa se encuentra en desarrollo de su proceso organizacional.
2	¿El personal de su empresa conoce la Misión y Visión de Orion Group?, y como se lo socializa?	Bajo un formato básico de indicadores, en reunión con el personal administrativo se establecen las acciones correctivas y de mejora.
3	¿Considera que Orion Group tiene objetivos y metas claras a corto y Largo Plazo? ¿Cuáles son?	Identificar si la empresa tiene objetivos y metas claras.
4	¿En Orion Group, se mide el cumplimiento de las metas y Objetivos? ¿Como lo realiza?	El personal operativo tiene una noción general, su enfoque está basado a la atención al cliente eficiente, con tiempos de respuesta que se ajusten a los procedimientos clínicos a los que presta el servicio ORIONGROUP
5	¿Cómo Gerente General de la empresa Orion Group, como cree que las Planeación Estratégica podría aportar y cuáles serían sus expectativas?	Sí, con el respaldo del departamento administrativo se han llevado a cabo acciones puntuales que han demostrado una mejora progresiva y significativa.

Después de esta entrevista, a la Gerente General, permitió determinar la inexistencia de una Planificación estratégica.

Ahora esta empresa nos deja claro que mantenerse en el mercado, deberá empezar a planificar, organizar, recopilar y analizar información de su medio.

CAPÍTULO II: PROPUESTA

2.1. Fundamentos teóricos aplicados

Planificación Estratégica

“Se puede considerar a la planificación estratégica como el proceso sistemático de diagnóstico y análisis de la organización, contribuye al establecimiento de los objetivos y estrategias que guiarán las decisiones gerenciales; siendo de vital importancia que el trabajo en equipo y la comunicación efectiva primen en su desarrollo. Mediante la planeación estratégica se responde a las preguntas: ¿qué queremos?, ¿quiénes somos?, ¿hacia dónde nos dirigimos? Y ¿cómo debemos hacerlo? De esta forma, con la planeación estratégica se promueve la eficiencia, eficacia, se optimizan recursos, se reducen costos y se incrementa la productividad de la empresa al establecer” (Solórzano, 2015)

“Para Drucker, citado por Chiavenato & Sapiro (2010), la planificación estratégica se refiere al proceso continuo que crea una visión de futuro con la finalidad de tomar decisiones en el presente que conlleven al éxito del mañana, organizando los recursos necesarios y evaluando los resultados obtenidos frente a las expectativas generadas”. (Drucker, 1969)

Etapas de la Planificación

“El proceso de planeación estratégica implica la evaluación del entorno interno y externo de la organización, la identificación de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, la definición de objetivos claros y medibles, la selección de estrategias adecuadas para alcanzar esos objetivos y la implementación de acciones concretas para llevar a cabo esas estrategias. David, Presenta 3 etapas: la formulación de estrategia, la implementación de la estrategia y la evaluación de la estrategia” (David, 2003).

En resumen, es una herramienta fundamental para cualquier empresa u organización que busca lograr sus objetivos a largo plazo de manera efectiva y sostenible, y tomar decisión

Foda



Ilustración 9

Fuente: Elaboración propia

Es una herramienta de diagnóstico estratégico que se utiliza para evaluar la situación actual de una empresa u organización en relación a su entorno empresarial. Al tener una visión completa de su situación interna y externa, la empresa puede identificar las oportunidades y amenazas que ofrece el mercado, y desarrollar estrategias que le permitan aprovechar las primeras y minimizar las segundas.

Fortalezas: son aquellos aspectos internos de la empresa que le dan una ventaja competitiva y que la diferencian de sus competidores. Pueden ser recursos humanos (Hernandez, 2014)

- **Debilidades:** son aquellos aspectos internos de la empresa les dan una desventaja frente a sus competidores. (Hernandez, 2014)
- **Oportunidades:** son aquellos factores externos a la empresa que pueden ser aprovechados para el crecimiento y desarrollo de la organización. Pueden ser cambios en el mercado, nuevas tecnologías, entre otros. (Hernandez, 2014)
- **Amenazas:** son aquellos factores externos a la empresa que pueden representar (Hernandez, 2014)

Misión, Visión y Valores:

La misión, visión y valores son elementos fundamentales que definen el propósito, objetivos y cultura de una empresa. Cada uno de ellos es importante y deben estar en sintonía para lograr el éxito a largo plazo de la empresa. La misión de una empresa es su propósito fundamental, es decir, la razón por

la cual existe y el valor que ofrece a sus clientes, empleados y a la sociedad en general. La misión debe ser clara y concisa, y debe guiar todas las decisiones y actividades de la empresa. Una buena misión debe inspirar. La visión es la imagen futura que una empresa quiere lograr a largo plazo, es decir, su objetivo de hacia dónde quiere llegar en el futuro. Una buena visión debe ser ambiciosa y desafiante, pero también realista y alcanzable, y debe ser compartida por todos los miembros de la organización. La visión ayuda a la empresa a mantener su enfoque en el futuro y a tomar decisiones estratégicas para alcanzar sus objetivos.

Los valores son los principios fundamentales que rigen el comportamiento y las decisiones de una empresa, y que definen su cultura organizacional. Los valores deben ser claros y coherentes con la misión y la visión de la empresa, y deben ser compartidos y vividos por todos los empleados. Una buena cultura basada en valores puede mejorar la motivación y el compromiso de los empleados, así como la satisfacción y la lealtad de los clientes.

Balanced Scorecard (BSC),

Herramienta que se utiliza para comunicar la estrategia de una empresa y visualizar cómo los objetivos y medidas de desempeño están relacionados entre sí para lograr los objetivos estratégicos. El Mapa Estratégico se presenta como un diagrama visual que ilustra las causas y efectos entre los diferentes objetivos estratégicos de la empresa.

“La herramienta del Balanced Scorecard parte tanto de la visión, como de la estrategia empresarial. A partir de esto, se desarrollan los objetivos financieros necesarios para alcanzar la visión establecida, que a su vez se ha de convertir en el mecanismo y estrategia que regirá los resultados con los clientes. Ahora bien, los procesos internos son planificados para la satisfacción tanto de los clientes como de los aspectos financieros. Por otro lado, tal metodología reconoce que tanto el aprendizaje como el crecimiento proviene de la plataforma donde reposa todo el sistema y donde se hace la definición de los objetivos propuestos para tal perspectiva.” (Montoya, 2011)

Metodología

Perspectivas: Las perspectivas son las áreas clave en las que la organización debe enfocarse para alcanzar su visión y estrategia. Las perspectivas típicas incluyen: financiera, cliente, procesos internos y aprendizaje y crecimiento.

Objetivos estratégicos: Los objetivos estratégicos son las metas específicas que la organización debe alcanzar para cumplir con su visión y estrategia. Estos objetivos deben ser claros, medibles, alcanzables, relevantes y orientados al plazo.

Indicadores clave de desempeño (KPI): Los KPI son métricas que miden el progreso de la organización hacia sus objetivos estratégicos. Estos indicadores deben ser fáciles de entender, relevantes para el objetivo y medibles.

Iniciativas estratégicas: Las iniciativas estratégicas son las acciones específicas que la organización debe tomar para alcanzar sus objetivos estratégicos. Estas iniciativas deben ser priorizadas, asignadas a responsables, concretas y estar alineadas con los objetivos estratégicos.

En resumen, el BSC proporciona un marco completo para medir y gestionar el rendimiento de la organización, centrándose en los objetivos estratégicos que son relevantes para el éxito a largo plazo. Al enfocarse en estos cuatro elementos, las organizaciones pueden tener una visión clara de cómo están progresando y hacer ajustes necesarios para alcanzar su visión y estrategia.

Las Cinco Fuerzas de Porter

Es un modelo de análisis de la industria que fue desarrollado por el profesor Michael Porter de la Harvard Business School. Este modelo identifica y analiza cinco fuerzas clave que influyen en la competencia dentro de una industria y en la rentabilidad de las empresas que operan en ella. Las cinco fuerzas son:



Ilustración 10

Fuente: *Elaboración propia*

Rivalidad entre competidores existentes: Esta fuerza se refiere a la intensidad de la competencia entre las empresas que operan en la misma industria. La rivalidad puede ser alta si hay muchas empresas competidoras, si los productos o servicios son similares, si hay pocos costos de cambio para los clientes, o si hay una alta presión sobre los precios. (Maroto, 2007)

Amenaza de nuevos competidores: Esta fuerza se refiere a la amenaza de que nuevas empresas entren en la industria y compitan con las empresas existentes. (Maroto, 2007)

Amenaza de productos o servicios sustitutos: Esta fuerza se refiere a la amenaza de que los clientes cambien a productos o servicios sustitutos que satisfagan las mismas necesidades. (Maroto, 2007)

Poder de negociación de los proveedores: Esta fuerza se refiere al poder que tienen los proveedores de influir en los precios, la calidad o la disponibilidad de los insumos o recursos necesarios para la producción de bienes o servicios. El poder de los proveedores puede ser alto si hay pocos proveedores, si los productos son exclusivos o si los costos de cambio para las empresas son altos. (Maroto, 2007)

Poder de negociación de los clientes: Esta fuerza se refiere al poder que tienen los clientes para influir en los precios, la calidad o la disponibilidad de los productos o servicios ofrecidos por las empresas. El poder de los clientes puede ser alto si hay pocos clientes, si los productos son similares, si la calidad es importante para ellos, o si tienen la capacidad de producir ellos mismos. (Maroto, 2007)

En conjunto, las Cinco Fuerzas de Porter permiten a las empresas comprender mejor su entorno competitivo y tomar decisiones estratégicas informadas para mejorar su rentabilidad y posición en el mercado.

2.2. Descripción de la Propuesta

Su propósito es la implementación de la propuesta de La Panificación Estratégica para la empresa Orion Group, a través de la evaluación de su situación actual, y hacia dónde va.

Propuesta Planificación Estratégica Orion Group



a. Explicación del aporte

El presente proyecto tiene como objetivo llevar a cabo la implementación de la matriz estratégica del Cuadro de Mando Integral, la cual brinda una definición clara de los objetivos en áreas como la financiera, de clientes, de procesos y aprendizaje interno y desarrollo continuo. Además, se recomienda la inclusión de indicadores en la gestión, ya que esto permite a las organizaciones supervisar y controlar actividades y procesos con el fin de tomar decisiones oportunas. En resumen, se busca implementar esta herramienta como medio principal de gestión para las empresas.

b. Estrategias y/o técnicas**Inicio Filosofía Empresarial****MISIÓN ACTUAL**

ORIONGROUP S.A., es una institución que brinda servicios de diagnóstico por Imágenes 2D y 3D, dirigido a un mercado mediante el aporte Profesional de Radiólogos DMF y personal Odontológico, técnicos y administrativos con un alto profesionalismo, para lograr una condición de salud en la vida de las personas, idea que responde a un mercado tendiente a la incursión en la tecnología y a la especialización profesional con una cobertura integral para los clientes.

PROPUESTA MISIÓN

Metodológicamente se analiza las peculiaridades que debe enunciar la Misión, por lo que se proviene a desplegar un cuadro ordenado para exponer la nueva Misión:

Tabla 10 Análisis de Misión

Naturaleza del Negocio	Servicios de Radiología y Tomografía Dental
Razón de ser	Proveer radiografías y tomografías dentales que aporten al diagnóstico odontológico.
Mercado de consumo	Clientes Intermedios: Odontólogos, Médicos internistas, Otorrinolaringólogo Cirujano Plástico Especialistas, Consumidores Finales: Pacientes
Característica	Estudios de calidad Procesos de Calidad Equipos tecnológicos, Profesionales calificados
Principios y Valores	Excelencia en nuestro servicio Prestigio en la comunidad médica Odontológica. Innovación Constante Personal médico y Técnico calificado

Fuente: Elaboración propia

Como consecuencia del estudio de las variables de la tabla que antecede, surge la subsiguiente propuesta:

Orion Group es una empresa líder en el mercado, que brinda Servicios de Imagen y Diagnóstico Máxilo- Facial al público en general e imparte Capacitaciones y Asesoría dirigidas a Profesionales Odontólogos, todo esto realizado por personal altamente calificado, bajo los más altos estándares de calidad y usando equipos con tecnología de punta, con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes

VISIÓN ACTUAL

Ser un Centro Radiológico nacional sólido, líder en el área de Radiología; solvente que transmita una imagen de confianza, credibilidad y progreso, con tecnología de punta, con un equipo humano comprometido con la excelencia y con un conocimiento claro acerca de cuál es su papel fundamental y

su ventaja dentro del área de Centros Radiológicos, con el fin de poder contribuir mediante sus funciones específicas al logro del mayor bienestar de la comunidad.

Propuesta de visión:

Ser una empresa en expansión a nivel nacional, que ofrece servicios radiológicos de alta calidad, para servir a un mercado global, que busca profesionales altamente calificados con productos y servicios de calidad.

VALORES CORPORATIVOS

- Honestidad,
- Integridad,
- Compromiso y
- Responsabilidad

Tabla 11 Misión, Visión y Valores

MISIÓN	VISIÓN	VALORES
<p>Orion Group es una empresa líder en el mercado, que brinda Servicios de Imagen y Diagnóstico Maxilo- Facial al público en general e imparte Capacitaciones y Asesoría dirigidas a Profesionales Odontólogos, todo esto realizado por personal altamente calificado, bajo los más altos estándares de calidad y usando equipos con tecnología de punta, con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes</p>	<p>La visión de Orión Group es ser una empresa en expansión a nivel nacional, que ofrece servicios radiológicos de alta calidad, para servir a un mercado global, que busca profesionales altamente calificados con productos y servicios de calidad.</p>	<p>Honestidad, Integridad, Compromiso y Responsabilidad</p>

Fuente: Elaboración propia

Objetivos

Comerciales

- Acrecentar las ventas para el año 2023 en un 20%
- Establecer nuevos servicios de Flujo digital.
- Atraer nuevos clientes con el propósito de incrementar la rentabilidad en un 10%
- Mejorar los tiempos de entrega de resultados, mantenimiento la calidad

Producción

- Buscar formas más eficientes de producir los estudios radiológicos, con el mismo estándar de calidad.
- Supervisar y gestionar los estudios de radiografía y tomografía dental, desde los insumos hasta la entrega de los resultados.
- Determinar la cantidad estudios a producir proyectando adecuadamente el inventario y los insumos disponibles.

Administrativos

- Mejorar los niveles de eficiencia operativa.
- Maximizar la rentabilidad.

POLITICAS

Administrativas

Políticas de privacidad y seguridad de la información: Las empresas de servicios de salud deben cumplir con las regulaciones de privacidad de la información de los pacientes.

Políticas de calidad de atención médica: La calidad de la atención radiológica es un factor clave para la satisfacción del paciente y la reputación de la empresa, incluye la implementación de procesos y procedimientos.

Financieras

Políticas de gestión financiera: La empresa debe administrar sus finanzas de manera efectiva para garantizar su sostenibilidad a largo plazo, deben incluir la implementación de medidas para la gestión de ingresos, la reducción de costos, y la evaluación regular de los estados financieros para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento.

Política de gestión de ingresos: Definiría el proceso para la gestión de los ingresos, por ejemplo, estableciendo precios, tarifas y cotizaciones para los servicios de radiología y tomografía dental, la gestión de pagos en efectivo, etc.

Política de gestión de costos: establecería procedimientos y directrices para controlar los costos de los servicios de atención radiológica, por ejemplo, a través de la optimización de la gestión de inventarios, la reducción de gastos en áreas no esenciales, la negociación de precios con proveedores, etc.

Comerciales

Política de venta de servicios: establecerá los procesos y directrices para la venta de servicios de atención radiológica, incluyendo la definición de los servicios disponibles, la gestión de precios y tarifas, la gestión de contratos de servicio, etc.

Política de alianzas estratégicas: definirá los procesos y criterios para la selección y gestión de alianzas estratégicas con otras empresas ofrecer servicios complementarios de odontología.

De producción

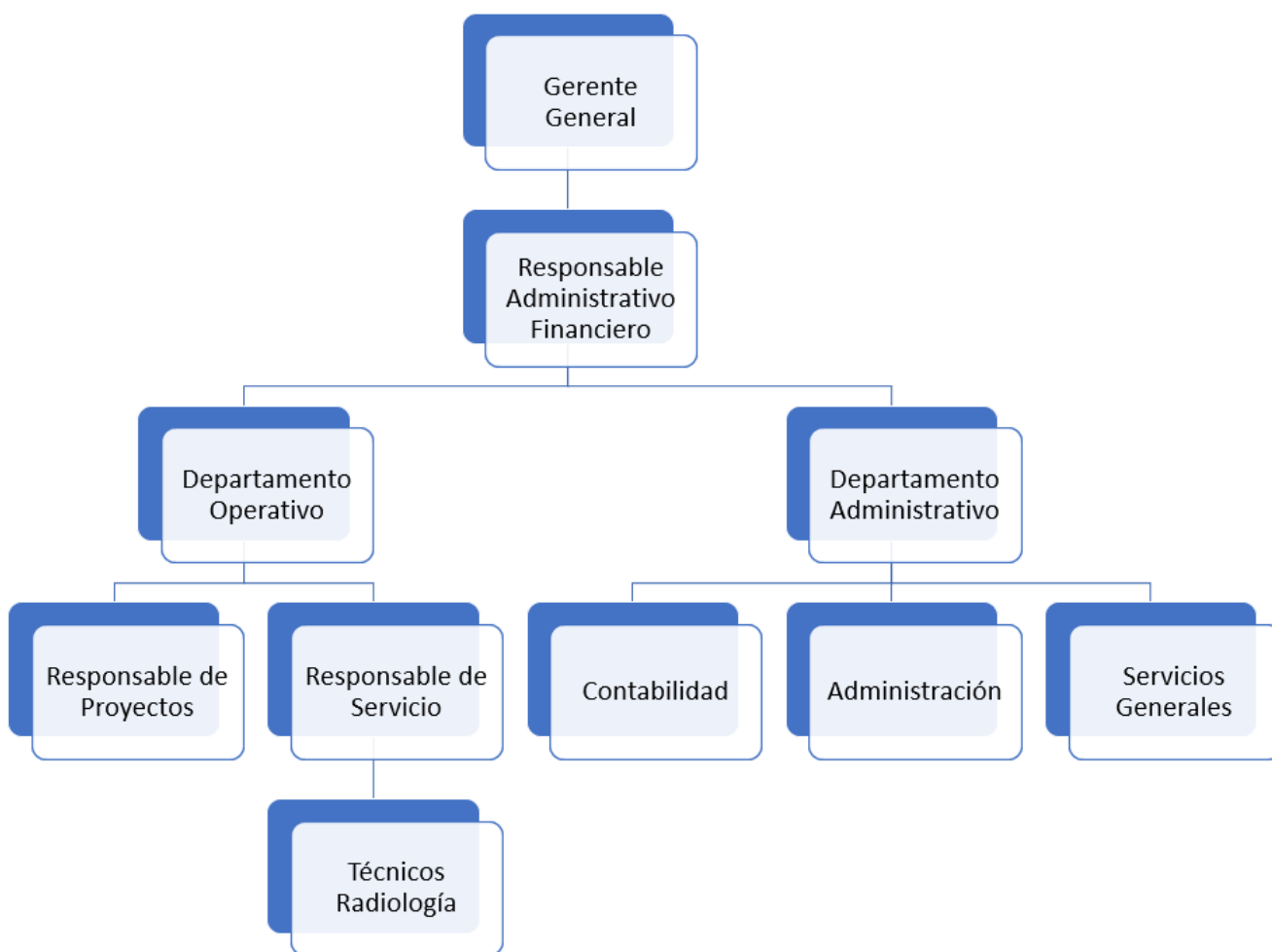
Política de programación de citas: Establece el proceso de programación de citas, incluyendo la gestión de la disponibilidad del personal, la programación de citas de emergencia y de seguimiento, la gestión de citas canceladas y reprogramadas, entre otros.

Política de esterilización: Esta política establece los procedimientos de esterilización necesarios para garantizar la seguridad y la higiene del entorno de trabajo y de los instrumentos utilizados en los procedimientos de estudios.

ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL

Este documento presenta una vista panorámica de la organización y proporciona información clave sobre cómo se divide y se gestiona el trabajo dentro de la institución, puede ser utilizado por los empleados para entender su posición en la organización y cómo se relacionan con otros departamentos y áreas, y también es útil para la alta dirección para tomar decisiones estratégicas y realizar cambios en la estructura organizativa.

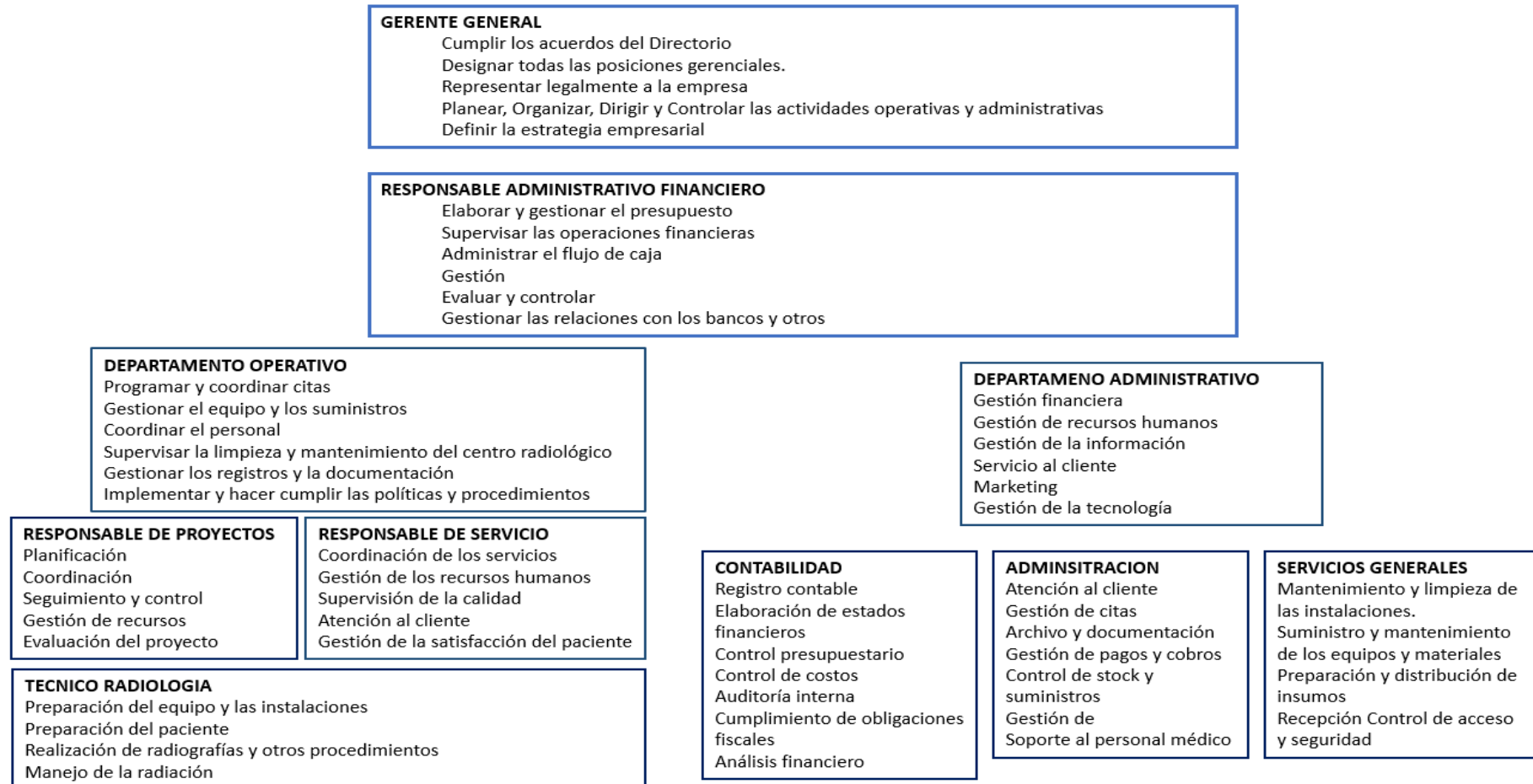
Tabla 12 Organigrama Institucional



Fuente: Elaboración propia

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

Tabla 13 Organigrama Funcional



Fuente: Elaboración propia

MATRIZ FODA

Tabla 14 Matriz FODA

A N Á L I S I S # F O D A	<h3>FORTALEZA</h3> <ul style="list-style-type: none"> Estructura y designación de actividades Correcto Presupuesto Equipos de alta tecnología Nuevas investigaciones Cuenta con metodologías de control Productos con normas ISO Buen uso del ROE Procedimientos para Atención al Cliente 	<h3>DEBILIDADES</h3> <ul style="list-style-type: none"> No cuenta con Plan de ventas Inexistencia de Marketing mix Por momentos le resulta difícil cumplir con sus compromisos financieros Falta de metodología para fidelización de clientes Problemas con Tiempos de entrega 	
	<h3>OPORTUNIDADES</h3> <ul style="list-style-type: none"> La empresa cuenta con leyes especiales que le permiten Importar equipos e insumos con costos especiales Crecimiento del consumo de nuestro servicio Comunicación en tiempo Real Constante desarrollo de equipos y tecnología Actualización de conceptos y tendencias 	<h3>AMENAZAS</h3> <ul style="list-style-type: none"> Inestabilidad Gubernamental Tasas de Interés que podrían elevar el precio de un diferimiento Política Fiscal Situación económica en otros países Dependencia del Exterior 	

Fuente: Elaboración propia

FODA ESTRATEGICO

Tabla 15 Matriz FODA cruza de Variables

MATRIZ FODA Empresa Orion Group

		FORTALEZAS		DEBILIDADES	
		F1	Estructura y designación de actividades	D1	No cuenta con Plan de ventas
		F2	Correcto Presupuesto	D2	Inexistencia de Marketing mix
		F3	Equipos de alta tecnología	D3	Por momentos le resulta difícil cumplir con sus compromisos financieros
		F4	Nuevas investigaciones	D4	Falta de metodología para fidelización de clientes
		F5	Cuenta con metodologías de control	D5	Problemas con Tiempos de entrega
		F6	Productos con normas ISO		
		F7	Buen uso del ROE		
		F8	Procedimientos para Atención al Cliente		
OPORTUNIDADES		ESTRATEGIA FO		ESTRATEGIA DO	
O1	La empresa cuenta con leyes especiales que le permiten Importar equipos e insumos con costos especiales	F3-O4; F3-O5; F4-O4 Potenciar el servicio de capacitaciones que brinda la organización para lograr una diferenciación de su servicio y fidelización del mercado		D5-O3 Implementar un chat en línea con los clientes y proveedores para solucionar problemas y reducir tiempos de entrega	
O2	Crecimiento del consumo de nuestro servicio	F4-O5 Planificar actualizaciones constantes para el personal de la empresa para potenciar el servicio diferenciador frente a los demás competidores		D1-O2; D2-O2; D1-O3; D4-O3 Desarrollar un plan de Ventas basado en Marketing Estratégico orientado a medios electrónicos para mejorar la comunicación con el cliente y mayores ventas	
O3	Comunicación en tiempo Real	F8-O3 Actualizar canales de comunicación con los clientes para lograr una mejora en la Atención al Cliente			
O4	Constante desarrollo de equipos y tecnología				
O5	Actualización de conceptos y tendencias				
AMENAZAS		ESTRATEGIA FA		ESTRATEGIA DA	
A1	Inestabilidad Gubernamental	F2 - A1; F2-A5 Realizar alianzas estratégicas con proveedores para garantizar el stock y precio de nuestros insumos y equipos		D3- A2; D3-A3 Gestionar un crédito con bajas tasa de interés y a mediano plazo para inyectar capital de trabajo	
A2	Tasas de Interés que podrían elevar el precio de un diferimiento	F3 - A5 Realizar un estudio comparativo de tecnologías para identificar nuevas tendencias		D5- A5; D5-A1 Planificar la provisión de inventarios y repuestos de equipos para mejorar los tiempos de entrega a nuestros clientes	
A3	Política Fiscal				
A4	Situación económica en otros países				
A5	Dependencia del Exterior				

Fuente: Elaboración Propia

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Tabla 16 Ejes Estratégicos

EJE Estratégico		ESTRATEGIA	DESCIPCIÓN DEL OBJETIVO	META	INDICADOR	NIVEL ESPERADO	PLAZO	RESPONSABLES	
1	FO	RENTABILIDAD (Misión)	F3-O4; F3-O5; F4-O4 Potenciar el servicio de capacitaciones que brinda la organización para lograr una diferenciación de su servicio y fidelización del mercado	Desarrollar estrategias de marketing e implementar un plan de capacitación para promocionar el servicio de capacitación de la empresa, con la implementación del 80% de estrategias, hasta diciembre 2024	Implementar el 80% de estrategias	Estrategias implementadas / Estrategias propuestas * 100	80%	2 años	Administrador
		RECONOCIMIENTO DE MERCADO (Visión)	F4-O5 Planificar actualizaciones constantes para el personal de la empresa para potenciar el servicio diferenciador frente a los demás competidores	Actualizar constantemente al personal de la empresa para mantener el 100% de conocimiento sobre el manejo de equipos y resultados en el personal y potenciar el servicio diferenciador	Mantener al 100% el conocimiento sobre el manejo de los equipos y resultados	Nivel de eficiencia	100%	2 años	Administrador
		CALIDAD (Misión)	F8-O3 Actualizar canales de comunicación con los clientes para lograr una mejora en la Atención al Cliente	Desarrollar una aplicación para celular garantizando el seguimiento de los servicios adquiridos por el cliente y acceso a resultados en línea, logrando incrementar al 80% el porcentaje de tiempos de entrega oportuna	Incrementar al 80% el porcentaje de tiempos de entrega	Índice de satisfacción del cliente * 100	80%	6 meses	Gerente General

2	FA	CALIDAD (Misión)	F2 - A1; F2-A5 Realizar alianzas estratégicas con proveedores para garantizar el stock y precio de nuestros insumos y equipos	Lograr la firma de convenios con proveedores para que se garantice el Stock y Precios de insumos y equipos para incrementar al 75% de clientes satisfecho, hasta diciembre 2023	Incrementar el 75% de clientes satisfechos	Índice de satisfacción del cliente * 100	75%	1 año	Administrador
		RECONOCIMIENTO DE MERCADO (Visión)	F3 - A5 Realizar un estudio comparativo de tecnologías para identificar nuevas tendencias	Llevar a cabo una investigación de mercado de nuevas tendencias, con la finalidad de captar el 50% de nuevos clientes que no están siendo atendidos, hasta diciembre 2023	Captar el 50% de nuevos clientes	Cantidad de clientes nuevos / Cantidad de clientes potenciales *100	50%	1 año	Gerente General

EJE Estratégico		ESTRATEGIA	DESCIPCIÓN DEL OBJETIVO	META	INDICADOR	NIVEL ESPERADO	PLAZO	RESPONSABLES	
3	DO	COMPROMISO (Visión)	D5-O3 Implementar un chat en línea con los clientes y proveedores para solucionar problemas y reducir tiempos de entrega	Implementar WhatsApp Business para la atención a los clientes y proveedores, con la finalidad de disminuir tiempos de respuesta y solucionar problemas, logrando incrementar al 90% el porcentaje el nivel de calidad de atención	Incrementar al 80% el porcentaje de tiempos de entrega	Índice de satisfacción del cliente * 100	80%	6 meses	Gerente General
		RECONOCIMIENTO DE MERCADO (Visión)	D1-O2; D2-O2; D1-O3; D4-O3 Desarrollar un plan de Ventas basado en Marketing Estratégico orientado a medios electrónicos para mejorar la comunicación con el cliente y mayores ventas	Desarrollar estrategias de marketing MIX para aumentar promoción de la la empresa, con la implementación del 80% de estrategias, hasta diciembre 2023	La implementación del 80% de estrategias	Estrategias implementadas / Estrategias propuestas * 100	80%	1 año	Gerente General

EJE Estratégico		ESTRATEGIA	DESCRIPCIÓN DEL OBJETIVO	META	INDICADOR	NIVEL ESPERADO	PLAZO	RESPONSABLES	
4	DA	RENTABILIDAD (Misión)	D3- A2; D3-A3 Gestionar un crédito con bajas tasa de interés y a mediano plazo para inyectar capital de trabajo	Realizar un estudio de opciones de financiamiento y análisis de tasas de interés crediticias para lograr el 50% del financiamiento de nuestro capital de trabajo, hasta diciembre 2023	Lograr el 50% del financiamiento	% de financiamiento esperado / % de financiamiento obtenido	100%	1 año	Gerente General
		CALIDAD (Misión)	D5- A5; D5-A1 Planificar la provisión de inventarios y repuestos de equipos para mejorar los tiempos de entrega a nuestros clientes	Mantener actualizado los distintos niveles de stock, para que se garantice los insumos y repuestos de equipos para conservarlo al 100% hasta diciembre del 2023	Mantener al 100% el nivel de stock	% de Stock de insumos	100%	1 año	Administrador

Fuente: Elaboración propia

Balance Score Card

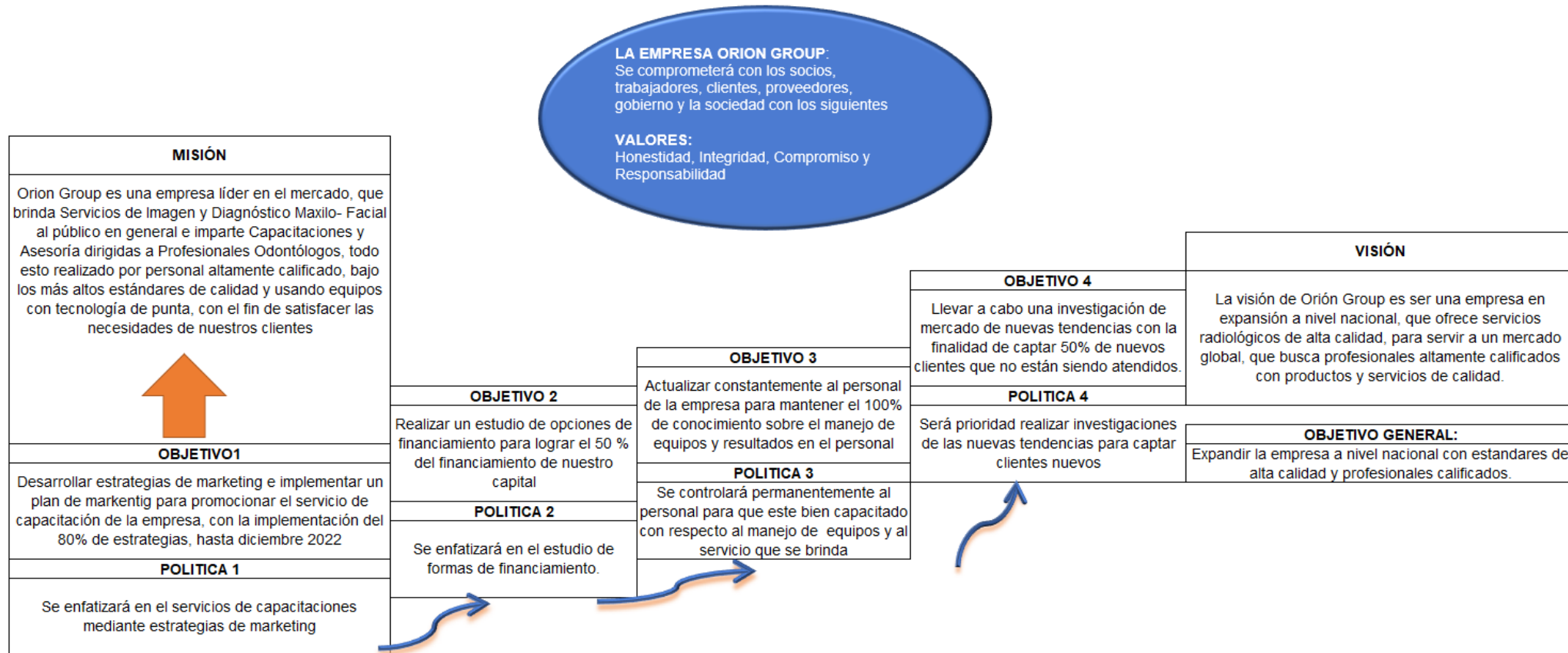
Tabla 17 Balance Score Card

Perspectiva	EJE Estratégico	ESTRATEGIA	DESCRIPCIÓN DEL OBJETIVO	META	INDICADOR	NIVEL ESPERADO	PLAZO	RESPONSABLES	
1	FINANCIERO	RENTABILIDAD (Misión)	F3-O4; F3-O5; F4-O4 Potenciar el servicio de capacitaciones que brinda la organización para lograr una diferenciación de su servicio y fidelización del mercado	Desarrollar estrategias de marketing e implementar un plan de capacitación para promocionar el servicio de capacitación de la empresa, con la implementación del 80% de estrategias, hasta diciembre 2024	Implementar el 80% de estrategias	Estrategias implementadas / Estrategias propuestas * 100	80%	2 años	Administrador
		RENTABILIDAD (Misión)	D3- A2; D3-A3 Gestionar un crédito con bajas tasa de interés y a mediano plazo para inyectar capital de trabajo	Realizar un estudio de opciones de financiamiento y análisis de tasas de interés crediticias para lograr el 50% del financiamiento de nuestro capital de trabajo, hasta diciembre 2023	Lograr el 50% del financiamiento	% de financiamiento esperado / % de financiamiento obtenido	100%	1 año	Gerente General
2	CLIENTE	RECONOCIMIENTO DE MERCADO (Visión)	F4-O5 Planificar actualizaciones constantes para el personal de la empresa para potenciar el servicio diferenciador frente a los demás competidores	Actualizar constantemente al personal de la empresa para mantener el 100% de conocimiento sobre el manejo de equipos y resultados en el personal y potenciar el servicio diferenciador	Mantener al 100% el conocimiento sobre el manejo de los equipos y resultados	Nivel de eficiencia	100%	2 años	Administrador
		RECONOCIMIENTO DE MERCADO (Visión)	F3 - A5 Realizar un estudio comparativo de tecnologías para identificar nuevas tendencias	Llevar a cabo una investigación de mercado de nuevas tendencias, con la finalidad de captar el 50% de nuevos clientes que no están siendo atendidos, hasta diciembre 2023	Captar el 50% de nuevos clientes	Cantidad de clientes nuevos / Cantidad de clientes potenciales*100	50%	1 año	Gerente General
		RECONOCIMIENTO DE MERCADO (Visión)	D1-O2; D2-O2; D1-O3; D4-O3 Desarrollar un plan de Ventas basado en Marketing Estratégico orientado a medios electrónicos para mejorar la comunicación con el cliente y mayores ventas	Desarrollar estrategias de marketing MIX para aumentar promoción de la empresa, con la implementación del 80% de estrategias, hasta diciembre 2023	La implementación del 80% de estrategias	Estrategias implementadas / Estrategias propuestas * 100	80%	1 año	Gerente General

3	INTERNO	COMPROMISO (Visión)	D5-O3 Implementar un chat en línea con los clientes y proveedores para solucionar problemas y reducir tiempos de entrega	Implementar WhatsApp Business para la atención a los clientes y proveedores, con la finalidad de disminuir tiempos de respuesta y solucionar problemas, logrando incrementar al 90% el porcentaje el nivel de calidad de atención	Incrementar al 80% el porcentaje de tiempos de entrega	Índice de satisfacción del cliente * 100	80%	6 meses	Gerente General
4	INNOVACIÓN	CALIDAD (Misión)	F8-O3 Actualizar canales de comunicación con los clientes para lograr una mejora en la Atención al Cliente	Desarrollar una aplicación para celular garantizando el seguimiento de los servicios adquiridos por el cliente y acceso a resultados en línea, logrando incrementar al 80% el porcentaje de tiempos de entrega oportuna	Incrementar al 80% el porcentaje de tiempos de entrega	Índice de satisfacción del cliente * 100	80%	6 meses	Gerente General
		CALIDAD (Misión)	F2 - A1; F2-A5 Realizar alianzas estratégicas con proveedores para garantizar el stock y precio de nuestros insumos y equipos	Lograr la firma de convenios con proveedores para que se garantice el Stock y Precios de insumos y equipos para incrementar al 75% de clientes satisfecho, hasta diciembre 2023	Incrementar el 75% de clientes satisfechos	Índice de satisfacción del cliente * 100	75%	1 año	Administrador
		CALIDAD (Misión)	D5- A5; D5-A1 Planificar la provisión de inventarios y repuestos de equipos para mejorar los tiempos de entrega a nuestros clientes	Mantener actualizado los distintos niveles de stock, para que se garantice los insumos y repuestos de equipos para conservarlo al 100% hasta diciembre del 2023	Mantener al 100% el nivel de stock	% de Stock de insumos	100%	1 año	Administrador

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18 Mapa Estratégico



Fuente: Elaboración propia

2.3. Validación de la propuesta

Presente la validación de la propuesta a través del método de criterios de especialistas.

Tabla 19 Criterios de los Especialistas

CRITERIOS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	TOTAL	Porcentaje
Impacto	5	5	5	15	100%
Aplicabilidad	4	5	5	14	93%
Conceptualización	5	5	5	15	100%
Actualidad	5	5	5	15	100%
Calidad Técnica	5	5	4	14	93%
Factibilidad	5	4	5	14	93%
Pertenencia	5	5	5	15	100%
Total	34	34	34	102	97%

Validado por: Rosa Carmen Encalada Paladines

Título obtenido: Ing en Administración de Empresas,
Cursando Maestría de Administración de empresas UDLA

C.I.: 1720723186

E-mail: rosaencalada@gmail.com

Institución de Trabajo: Transportes Noroccidental Cía. Ltda.

Cargo: Subcontadora

Años de experiencia en el área: 10 años

Validado por: Esteban Rodrigo Burneo Rivera

Título obtenido: Economista
Posgrado de la INCAE

1708319585

E-mail: eburneo67@gmail.com

Institución de Trabajo: Privado

Cargo:

Años de experiencia en el área: 32 años

Validado por: Yajaira Velastegui

Título obtenido: Ingeniera en Finanzas

C.I.: 1725478620

E-mail: ypvelastegui_12@hotmail.com

Institución de Trabajo: Transporte Fluvial Napo TFN Cía. Ltda.

Cargo: Gerente Financiera

Años de experiencia en el área: 5

2.4. Matriz de articulación de la propuesta

En la presente matriz se sintetiza la articulación del producto realizado con los sustentos teóricos, metodológicos, estratégicos-técnicos y tecnológicos empleados.

Tabla 20 Matriz de articulación

EJES O PARTES PRINCIPALES	SUSTENTO TEÓRICO	SUSTENTO METODOLÓGICO	ESTRATEGIAS / TÉCNICAS	DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	INSTRUMENTOS APLICADOS
CAPITULO I	Planificación Estratégica Filosofía Organizacional Objetivos Estratégicos Población Muestra	Enfoque Mixto Investigación de Campo descriptiva y explicativa. Población y Muestra: de 11 personas y la Gerente General de Orion Group	Encuesta población de 11 colaboradores, (3 jefes de área, 6 personal operativo y 2 personas de soporte.) Entrevista a la Gerente General de la empresa	La encuesta y la Entrevista, nos confirmó que la empresa no cuenta con una Planeación estratégica, ni el conocimiento de su importancia en la organización.	Las encuestas se Tabularon y se graficaron de los resultados
CAPITULO II	Planificación Estratégica Filosofía Organizacional Estructura Organizacional Diagnostico Interno y Externo Mapa Estratégico BSC	Desarrollo del FODA, FODA Estratégico, Balance Scorecard, mapa Estratégico	Análisis y replanteamiento de Misión, Visión, DOFA, Mapa Estratégico	Enfocada a las necesidades y la realidad de la empresa, basando el desarrollo de un BSC	Desarrollo de la Planeación Estratégica Validación de expertos

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

La planificación estratégica es esencial para hacer crecer un negocio, ya que abarca todos los mecanismos de una organización, desde empleados, accionistas, dueños, clientes, proveedores, hasta encontrar objetivos, tareas y planes de acción comunes. Esta herramienta de gestión combina fortalezas con la capacidad de establecer la dirección correcta para alcanzar las metas y los ingresos esperados por los dueños.

En ORION GROUP, se ha identificado la falta de una planificación estratégica, lo que ha sido confirmado por encuestas y entrevistas al personal y directivos de la empresa. La Gerente General reconoce la importancia de contar con esta herramienta para alcanzar las metas y objetivos planteados. Se propone implementar la planificación estratégica en ORION GROUP, que incluye los principios básicos de la filosofía estratégica, como Misión, Visión, Objetivos, Políticas, Valores, Organigrama estructural, Organigrama Funcional, Matriz FODA, FODA estratégico, Matriz de estrategias e Indicadores clave de desempeño. Esta implementación ha sido valorada por especialistas como oportuna para mejorar los procesos internos y cumplir con las metas y objetivos de rentabilidad esperados por los propietarios y colaboradores de la empresa.

RECOMENDACIONES

Es fundamental que tanto los empleados como la gerencia de ORION GROUP comprendan la jerarquía de la planificación estratégica dentro de la organización, ya que es la principal herramienta para garantizar buenos resultados y alcanzar las metas y la visión de la empresa. Se alienta al director general de la empresa a implementar el plan estratégico sugerido en este artículo, ya que mejorará los procesos internos, optimizará la eficiencia del trabajo, fortalecerá la cultura organizacional y alcanzará las metas organizacionales. Es importante revisar la matriz DAFO propuesta para capitalizar las fortalezas y oportunidades, así como para abordar las debilidades y amenazas; la introducción de la planificación estratégica en ORION GROUP agilizará los procesos en todas las áreas, mejorará el desempeño de los empleados y cumplirá colectivamente con los objetivos hipotéticos de la organización.

BIBLIOGRAFÍA

- Alban, G. P. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). Rcimundo.
- Bermúdez, R. M. (2016). *Servicio al cliente interno: todos somos clientes y todos tenemos clientes*. Bogotá: Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/ereader/uisrael/70272?page=111>
- Castañeda. (2006).
- Cegarra Sánchez, J. (2012). *Los métodos de investigación*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos. <https://elibro.net/es/ereader/uisrael/62637?page=3>
- Cottle, D. W. (2007). *El servicio centrado en el cliente: cómo lograr que regresen y sigan utilizando sus servicios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos. <https://elibro.net/es/ereader/uisrael/55502?page=52>
- Cruz del Castillo, C. (2014). *Metodología de la Investigación*. México, D.F.: Editorial Patria. <https://elibro.net/es/ereader/uisrael/39410?page=154>
- David, F. R. (2003). *Conceptos de Admnsitracion Estratégica 9na Edición*. México: Person Educación. <https://elibro.net/es/ereader/uisrael/78217?page=66>
- Denton, D. K. (1991). *Calidad en el servicio a los clientes: cómo compiten las grandes compañías americanas en la revolución del servicio al cliente. y cómo podemos hacerlo todos*. Madrid: Ediciones Díaz de Santo. <https://elibro.net/es/ereader/uisrael/55498?page=17>
- Drucker, P. (1969). *La planeación estratégica y la gestión del conocimiento*. PRINCE.
- García Dihigo, J. (2016). *Metodología de la investigación para administradores*. Bogotá: Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/ereader/uisrael/70269?page=70>
- Garcia, E. &. (2007). PLANIFICACION ESTRATEGICA, vol.4. México: trillas.
- Hernandez, Z. T. (2014). *Administracion Estrategica*. Mexico: Javier Enrique Callejas.
- Ishikawa, K. (2007). *Introducción al control de calidad*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos. <https://elibro.net/es/ereader/uisrael/52886?page=86>

- Maroto, J. C. (2007). *Estrategia de la vision a la accion*. España: Artegraf.
- Martínez Ruiz, H. (2012). *Metodología de la Inverstigación*. México, D.F.: Cengage Learning.
<https://elibro.net/es/ereader/uisrael/39957?page=88>
- Martínez, P. D. (2012). *La Elaboración del Plan Estratégico a través del Cuadro*. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- Montoya, C. A. (2011). El Balanced Scorecard como herramienta de evaluación en la gestión administrativa. *Visión de futuro*, 15(2), 1-25.
- Moreno, M. G. (2000). *Introduccion a la Metodologia de la Investigacion Educativa II*. Mexico: Progreso S.A. <https://elibro.net/es/ereader/uisrael/77141?page=31>
- Munch, L. (2008). *Planeación Estratégica el rumbo hacia el éxito*. México: Ediciones Trillas.
- Nauta, M. (1996). *Diccionario Enciclopédico*. Madrid: Ediciones Nauta S.A.
- Ogliastri, E. (1988). *MANUAL DE PLANIFICACION ESTRATÉGICA 5ta Edición*. Bogota: Uniandes y tm editores.
- Ongallo, C. (2012). *La atención al cliente y el servicio de postventa*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
<https://elibro.net/es/ereader/uisrael/62670?page=5>.
- Pérez García, L. S. (2014). La enseñanza-aprendizaje del diagnóstico de anomalías dentomaxilofaciales sustentado en el método clínico. *Gaceta Médica Espirituana*, 16/3.
<http://revgmspirituana.sld.cu/index.php/gme/article/view/524>
- Pineda, B., De Alvarado, E. L., y De Canales, F. (1994). *Metodología de la Investigación, manual para el desarrollo de personal de salud*. Washington, D.C.: ORGANIZACIÓN PANAMERICANA DE LA SALUD.
- Porter, M. (2006). *Estrategia y ventaja competitiva*. Colombia: Deusto.
<https://elibro.net/es/ereader/uisrael/78217?page=66>
- Roddrigo, F. B. (s.f.). SERI: www.seri.org.ec
- Rodríguez, D. M. (2013). *DIAGNOSTICO ORGANIZACIONAL*. CHILE: Uiversidad Catolica de Chile.

Rodriguez, J. J. (2015). *Muestreo y preparación de la muestra*. . Barcelona: Cano Pina.

<https://elibro.net/es/ereader/uisrael/43107?page=8>

Solorzano, S. S. (2015). *Planeacion Estrategica*. Machala: UTMACH.

http://www.uantof.cl/public/docs/universidad/direccion_docente/15_elaboracion_plan_de_mejoras.pdf

Solórzano, S. S. (2015). *Planeación Estratégica*. Machala: UTMACH.

<https://elibro.net/es/ereader/uisrael/70236?page=14>

Steiner, G. A. (1998). *Planeación estratégica: lo que todo director debe saber*. México: Cecsca.

Villafuerte Ledesma, L. A. (2015). *Análisis Metodológico en los trabajos de tesis*. México, DF: Editorial

Digital UNID. <https://elibro.net/es/ereader/uisrael/41146?page=34>

Zamudio Igami, M. P. (2005). *El uso del SERVQUAL en la verificación de la calidad de los servicios de unidades de información: el caso de la biblioteca del IPEN*. Medellín: Red Universidad de

Antioquia. <https://elibro.net/es/ereader/uisrael/5145?page=1>



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS "ESPOG"

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación: "PLANIFICACION ESTRATEGICA PARA LA EMPRESA "ORION GROUP S.A." DE LA CIUDAD DE QUITO". Sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: Rosa Carmen Encalada Paladines

Título obtenido: Ing en Administración de Empresas

C.I.: 1720723186

E-mail: rosaencalada@gmail.com

Institución de Trabajo: Transportes Noroccidental Cía. Ltda.

Cargo: Subcontadora

Años de experiencia en el área: 10 años



Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema: "PLANIFICACION ESTRATEGICA PARA LA EMPRESA "ORION GROUP S.A." DE LA CIUDAD DE QUITO"

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto	x				
Aplicabilidad	x				
Conceptualización		x			
Actualidad	x				
Calidad Técnica	x				
Factibilidad	x				
Pertinencia	x				
TOTAL	30	4			

Observaciones: Me parece un análisis completo y muy adecuado, se han revisado los aspectos más neurálgicos, de esta manera le lleva a la propuesta de Plan Estratégico acorde a la realidad y necesidades de la empresa

Recomendaciones: Ninguna

Lugar, fecha de validación: Quito, 13 de marzo de 2023.


Firma del especialista
Rosa Encalada Paladines

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
ESCUELA DE POSGRADOS "ESPOG"

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación: "PLANIFICACION ESTRATEGICA PARA LA EMPRESA "ORION GROUP S.A." DE LA CIUDAD DE QUITO". Sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos Informativos

Validado por: Esteban Rodrigo Burneo Rivera

Título obtenido: Economista

C.I.: 1708319585

E-mail: eburneo67@gmail.com

Institución de Trabajo: Privado

Cargo:

Años de experiencia en el área: 32 años

Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema: "PLANIFICACION ESTRATEGICA PARA LA EMPRESA "ORION GROUP S.A." DE LA CIUDAD DE QUITO"

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto	X				
Aplicabilidad	X				
Conceptualización	X				
Actualidad	X				
Calidad Técnica		X			
Factibilidad	X				
Pertinencia	X				
TOTAL	6	1	0	0	0

Observaciones: Es un estudio actual, de mucho impacto dentro de la empresa si se lo implementa en su totalidad.

Recomendaciones: Al ser una pequeña empresa se requiere mucho apoyo por parte de la gerencia y de los accionistas. Si trabajan en conjunto podrán incrementar los niveles de ingresos en porcentajes mayores a los planteados en el documento y tener un mayor segmento del mercado.

Lugar, fecha de validación: Quito, 14 de marzo de 2023.


Firma del especialista
Esteban Burneo Rivera
1708319585



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS "ESPOG"

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación: "PLANIFICACION ESTRATEGICA PARA LA EMPRESA "ORION GROUP S.A." DE LA CIUDAD DE QUITO". Sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: Yajaira Velastegui

Título obtenido: Ingeniera en Finanzas

C.I.: 1725478620

E-mail: ypvelastegui_12@hotmail.com

Institución de Trabajo: Transporte Fluvial Napo TFN Cía. Ltda.

Cargo: Gerente Financiera

Años de experiencia en el área: 5

Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema: "PLANIFICACION ESTRATEGICA PARA LA EMPRESA "ORION GROUP S.A." DE LA CIUDAD DE QUITO"

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto	x				
Aplicabilidad	x				
Conceptualización	x				
Actualidad	x				
Calidad Técnica	x				
Factibilidad		x			
Pertinencia	x				
TOTAL	30	4			

Observaciones: Una propuesta bastante interesante, para alcanzar los resultados anhelados es necesario que sea apalancado por la Gerencia General y dueños de la empresa.

Recomendaciones: Ejecutar la propuesta, pero con continuas mediciones, de avances y cumplimiento.

Lugar, fecha de validación: Quito, 13 de marzo de 2023.



Firma del especialista
Yajaira Velastegui