

CAPÍTULO 3

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

“El Direccionamiento Estratégico se fundamenta en la obtención de un aspecto común de la corporación, que permite aprovechar las oportunidades futuras apoyándose en el razonamiento y la experiencia”¹

Por esto, es sumamente necesario que la organización determine claramente que servicio ofrece y cuál es la razón de ser de la misma, la cual debe ser competitiva y de excelencia, para proyectarla a los clientes o aplicantes. El Direccionamiento Estratégico se compone de la misión, visión, objetivos, estrategias, principios y valores Corporativos.

3.1 Misión.

“La misión de una corporación u organización, es su razón de ser, propósito o finalidad, enuncia a qué clientes se atiende, que necesidades satisface y qué tipos de productos ofrece”, es decir indica de manera concreta dónde radica el éxito de nuestra corporación”²

La Misión de la Corporación ORDEX Intercambio Cultural es la siguiente:

“Contribuir al desarrollo del talento humano Ecuatoriano y del extranjero a través de diversos programas educativos, profesionales y de intercambio cultural, orientados por un grupo humano íntegro y capacitado.”

¹ GESTIÓN ESTRATÉGICA DE NEGOCIOS. Ing. Francis Salazar

² CHIAVENATO IDALBERTO, Administración en los Nuevos Tiempos, MCGrawHill. Pág. 306

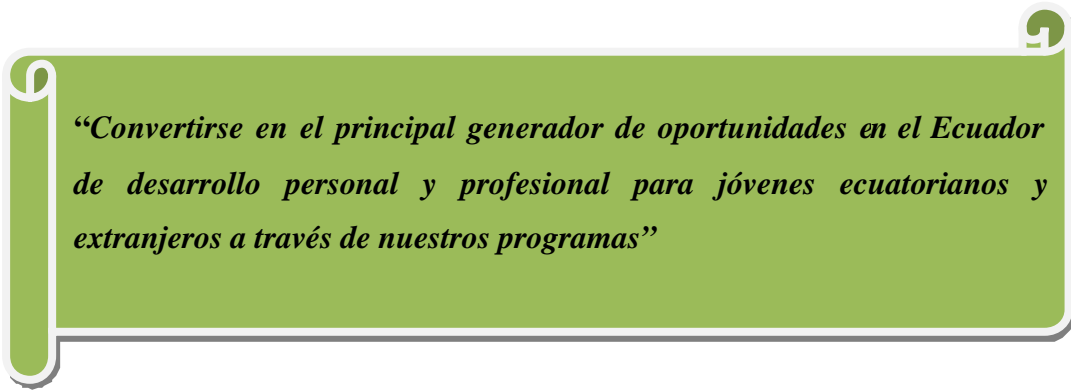
3.2 Visión.

“Es la descripción de como se vería la organización si se llevan a cabo con éxito sus estrategias de desarrollo y alcanza su mayor potencial. Al interior de esa descripción se deben encontrar la misión, las estrategias básicas, los criterios de desempeño, las más importantes normas para la toma de decisiones y los estándares éticos y técnicos que se esperan de todos los funcionarios”³

Concebir el futuro involucra un análisis permanente de toda la organización frente a sus clientes, su competencia, su cultura y sobre todo, comprender lo que ella es hoy y lo que desea ser en el futuro; todo esto frente a sus capacidades, oportunidades, valores y convicciones de sus integrantes.

La Visión de la Corporación ORDEX Intercambio Cultural es la siguiente:

VISIÓN 2010



“Convertirse en el principal generador de oportunidades en el Ecuador de desarrollo personal y profesional para jóvenes ecuatorianos y extranjeros a través de nuestros programas”

³ www.promonegocios.net/mercadotecnia/mision-concepto.htm.

3.3 Objetivos.

“Son la exteriorización del compromiso institucional de producir resultados, sustituyendo las acciones sin dirección y permitiendo evaluar resultados, en todos los procesos de la organización”

Los objetivos constituyen el medio por el cual se podrá alcanzar la Visión propuesta; los objetivos corporativos para la Corporación ORDEX Intercambio Cultural son:

- Fomentar las relaciones educativas y culturales con otras naciones para crear un mejor entendimiento universal, mediante el Intercambio estudiantil y la conducción de diferentes actividades culturales en el plano internacional y nacional.
- Promover oportunidades de intercambio entre estudiantes ecuatorianos y ciudadanos de otros países.
- Fomentar diversas actividades educativas que promuevan el aprendizaje intercultural.
- Establecer sistemas de becas o programas similares para el intercambio educativo y cultural.
- Propender al desarrollo comunitario local.
- Desarrollar planes y estrategias que se adapten de mejor manera a las necesidades de cada persona.
- Fortalecer y optimizar las alianzas estratégicas existentes y crear nuevos vínculos para mejorar los beneficios que se otorgan a los estudiantes aplicantes, aprovechando las ventajas que ofrece el sector de tecnología satelital.

- Diseñar y priorizar un programa de capacitación especializado en atención al cliente y gestión administrativa-financiera que ayude a mejorar el nivel de satisfacción del cliente tanto interno como externo fortaleciendo la cultura organizacional.
- Mantener y mejorar el sistema de gestión.
- Mejorar la coordinación de los servicios
- Implantar y mantener proceso de responsabilidad integral

3.4 Políticas.

Las políticas son los lineamientos básicos que se aplicarán en toda la corporación como norma de actuación y política de actividad en cada una de las funciones, áreas, procesos o tareas de trabajo; a la vez sirven para definir los conceptos de productividad, eficiencia, calidad y rentabilidad.

Las políticas constituyen una herramienta administrativa útil para superar la inercia y generar el cambio estratégico. A continuación se detallará las políticas generales para cada una de las áreas de la Corporación:

3.4.1 Área Directiva:

- Capacitación permanente e incentivos económicos al personal.
- Comunicación clara entre los niveles de la organización.
- Evaluación al esfuerzo y metas logradas por el personal.
- Cumplimiento de los pagos al personal de manera puntual cada quincena.
- Adecuado control de personal de la corporación: entrada 9:30 AM y salida 6:30 PM.

3.4.2 Área Contable:

- Presentación anual de un análisis financiero.
- Respaldos y garantías adecuadas.
- Cumplimiento a tiempo de deudas adquiridas por la Corporación.
- Los pagos se realizarán únicamente con cheques y en las fechas acordadas con los proveedores de programas.
- Los pagos se recibirán solamente por cheque cruzado a nombre de la Corporación o por transferencia bancaria; no se manejará efectivo.
- Presentación de un registro pormenorizado de las transacciones contables de la corporación.

3.4.3 Área Operativa:

- Todo el personal de la corporación debe tener un trato amable y cortés con los aspirantes estudiantes o aplicantes.
- Creación de una base de datos de clientes aplicantes que permita una comunicación ágil y eficiente.
- Elaboración mensual de boletines de información de los servicios que ofrece la corporación.

3.4.4 Políticas Generales:

- Los pagos de los programas solamente serán recibidos a través de depósito o transferencia bancaria a la cuenta corriente de la Corporación ORDEX en el Banco del Pichincha, cheque cruzado a nombre de la Corporación o mediante tarjeta de crédito, si el pago es diferido a máximo a 6 meses plazo con intereses. Los datos de la cuenta corriente serán otorgados por cada coordinador del programa y no se proporcionará a cualquier persona.

- Los empleados podrán acceder a facilidades y ayudas económicas en la aplicación a los cursos de intercambio cultural, solamente después de pasar un año de desempeño laboral en algún cargo de la Corporación.
- Los pagos de los programas será siempre según la siguiente facilidad: 10% inscripción, 80% segundo abono y 10% antes del viaje.
- Cada tres meses se realizará una campaña publicitaria en algún medio de comunicación masivo del país o la ciudad de interés, además de crear convenios con instituciones educativas para la difusión del nombre de Ordex y el reclutamiento de aplicantes; el monto designado a publicidad será de \$ 2500 anuales.
- El promedio de aplicaciones mensuales para todos los programas será de 50 aplicantes, así como el reclutamiento por medio de convenios.
- Las oficinas de Guayaquil y Cuenca deberán presentar anualmente un incremento en el reclutamiento de sus aplicantes de 10%, de manera puedan representar los costos de mantención de dichas oficinas.
- Se establecerá varios canales de comunicación con los aplicantes, entre ellos existirán bases de datos específicas por oficina y por programas, los cuales contarán con los datos personales de los aplicantes, para uso exclusivo de la corporación.
- La selección del personal se realizará mediante concursos de merecimiento y oposición, de manera que se determine la idoneidad del empleado para el respectivo cargo.
- De acuerdo a las políticas corporativas, el nivel de rotación de personal dentro de la corporación, debe ser menor al 5%, de manera que las personas puedan hacer carrera en la entidad.

3.5 Estrategias.

“Son un conjunto de actividades definidas por los ejecutivos de la organización con el fin de facilitar al máximo el logro de los objetivos corporativos, por lo tanto las estrategias corporativas se derivan de los objetivos globales corporativos y deben ser concordantes con la misión y la razón de ser de la corporación”⁴

Las organizaciones necesitan estrategias que les indiquen cómo lograr los objetivos y cómo luchar por la misión de la organización. Luego de realizar y analizar los objetivos, se procede a establecer las estrategias que se van a utilizar.

3.5.1 Estrategia de Desarrollo

- **Tipo:** Diferenciación

Aplicación: Ofrecer un servicio intercambio estudiantil, profesional y cultural con cualidades de personalización que lo diferencien de la competencia y así crear lealtad hacia el servicio por parte de nuestros clientes aplicantes.

Ventajas:

- Ofrecer un servicio difícil de sustituir.
- Alcanzar fidelidad por parte de los clientes aplicantes.

3.5.2 Estrategia de Crecimiento

- **Tipo:** Desarrollo de Ligas Estrechas con Clientes aplicantes y Proveedores

Aplicación: Crear ligas estrechas que aten a los clientes al servicio prestado por la Corporación y a los proveedores de los programas a una estructura de diseñada por la Corporación.

⁴ www.promonegocios.net/mercadotecnia/mision-concepto.htm.

Ventajas:

- Abrir nuevos mercados.
- Conquistar nuevos clientes.
- Ganar tiempo y recursos.

3.5.3 Estrategia Competitiva

- *Tipo:* Del Especialista

Aplicación: Especializarse en el servicio de Intercambio Cultural y principalmente en la seguridad de los aplicantes, para así transformarse en un prestador de excelentes servicios a bajos costos.

Ventajas:

- Evitar que entren nuevos competidores en el mercado.
- Posicionar a la corporación en el mercado.
- Prestar un servicio sin sacrificar la calidad y el nivel del mismo.

3.6 Principios y Valores

3.6.1 Principios

“Elementos éticos aplicados que guían las decisiones de la corporación, y definen el liderazgo de la misma”⁵

Verdad fundamental, o que en un momento determinado se considera como tal, los principios describen la relación de una variable con otra.

⁵ www.promonegocios.net/mercadotecnia/mision-concepto.htm.

La Corporación ORDEX Intercambio Cultural se basa en los siguientes principios:

- a. **Bienestar personal:** Para la corporación es importante el lado humano.
- b. **Calidad:** Ofrece un servicio de Intercambio Cultural personalizado y de calidad para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.
- c. **Excelencia:** Hacer las cosas bien desde la primera vez para evitar pérdida de tiempo, desperdicio de recursos e incremento de costos.
- d. **Motivación:** Reconocer el esfuerzo y dedicación, rendimiento y superación técnica de cada uno de los trabajadores a través de remuneraciones justas e incentivos.
- e. **Puntualidad:** Entrega del servicio dentro del plazo establecido por el cliente, en cuanto a ubicación profesional En lo laboral también se aplica dicho principio.
- f. **Trabajo En Equipo:** La integración lleva hacia la consecución del objetivo deseado sea este personal, operativo o también corporativo.
- g. **Creatividad e Innovación:** El equipo de trabajo de la corporación es creativo e innovador constantemente con el servicio que ofrecen
- h. **Eficiencia:** La corporación alcanza sus objetivos y metas optimizando los recursos que posee.
- i. **Igualdad:** Cada cliente, proveedor o trabajador merece un trato igual sin distinción de ninguna índole, de manera que cada uno de ellos sea alguien especial para la corporación.

3.6.2 Valores

“Son descriptores morales que muestran la responsabilidad ética y social en el desarrollo de las labores del negocio”⁶

Cada persona tiene una creencia relacionada a lo que es apropiado y lo que no lo es, la cual encamina sus acciones y afecta en la toma de decisiones en cualquier ámbito.

La Corporación ORDEX Intercambio Cultura practica los siguientes valores:

- a. **Respeto:** Todo trabajador respeta tanto a sus compañeros, jefes, clientes como a su lugar de trabajo.
- b. **Solidaridad:** Impulsando al desarrollo estudiantil, y proporcionando sistemas de becas para que nuestro servicio esté al alcance de toda la juventud del Ecuador.
- c. **Ética:** Todo el personal realiza sus actividades con rectitud, conforme al conjunto de normas morales que rigen la conducta humana, llamado ética.
- d. **Honestidad:** En todas las acciones procurando salvaguardar los intereses de socios y clientes.
- e. **Responsabilidad:** El personal sin importar el área a la que pertenezca cumple a tiempo con su trabajo.
- f. **Lealtad:** Al cumplir su compromiso con la sociedad y maximizar la satisfacción de sus clientes, empleados, y directivos.

⁶ www.promonegocios.net/mercadotecnia/mision-concepto.htm.

- g. **Perseverante:** Cada persona que trabaja en la corporación, es persistente en su trabajo, lo que permite un mejor resultado del logro de los objetivos planteados tanto individuales como corporaciónriales.
- h. **Compromiso:** El personal de la corporación siempre da lo mejor de sí mismo en beneficio del cumplimiento de los objetivos.
- i. **Disciplina:** Cada empleado es responsable de sus propios actos y siempre deben acatar las políticas y disposiciones de la corporación.

3.7 Mapa Estratégico Corporativo

Constituye la representación gráfica de la síntesis del pensamiento estratégico de una organización, reuniendo todos los elementos de la planificación estratégica mediante un esquema gráfico.

A continuación se presenta un modelo propuesto del mapa estratégico para la Corporación ORDEX Intercambio Cultural:

MAPA ESTRATÉGICO DE LA CORPORACIÓN ORDEX INTERCAMBIO CULTURAL

