



CAPITULO III

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

*Orientar a la organización hacia el futuro y hacia el
entorno a fin de alcanzar su continuidad en el tiempo*

3. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Es el conjunto de acciones que orientan a la organización hacia el futuro y hacia el entorno a fin de alcanzar su continuidad en el tiempo. Contempla definición y despliegue de la misión, visión, objetivos, valores y propósitos y la forma como estos se ven reflejados en los planes a largo y mediano plazo y en la implementación día a día

3.1 DEFINICION DEL NEGOCIO

TABLA Nº 3.1
DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

INTERROGANTES BASICAS	FACTORES DE DEFINICIÓN	RESPUESTAS
¿Cuál es nuestro negocio?	¿Qué necesidad satisfacemos?	Satisfacer las necesidades de niños, jóvenes y adultos con discapacidad mental, brindando un servicio de rehabilitación y terapias adecuadas para obtener un mejor estilo de vida
¿Cuál será nuestro negocio en el futuro?	¿Cuál es nuestro mercado objetivo?	Niños, jóvenes y adultos desde los 5 años hasta los 45 años de edad normal, que padezcan de discapacidades mentales, como: parálisis cerebral, síndrome de down, autismo, retardo mental, leve moderado y profundo; en el Distrito Metropolitano de Quito
¿Cuál deberá ser nuestro negocio?	¿Nuestras ventajas competitivas son..?	Ofrecer precios competitivos, con calidad de servicio, personal altamente calificado – motivado, e instrumentos de alta tecnología



DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

Satisfacer las necesidades de niños, jóvenes y adultos con discapacidad mental, desde los 5 hasta 45 años de edad normal, en el Distrito Metropolitano de Quito, ofreciendo un servicio de rehabilitación y terapias adecuadas, con precios competitivos, calidad de servicio, personal altamente calificado – motivado, e instrumentos de alta tecnología, con el fin de brindarles un mejor estilo de vida e integración social.

3.2 FILOSOFIA CORPORATIVA

Es la concepción global de la organización establecida para alcanzar los objetivos de la compañía. Son los principios básicos de la organización: las creencias, valores y pautas de conducta que debería poner en práctica para llegar a cumplir las metas fijadas, la filosofía corporativa representa lo que la empresa quiere ser.

La Fundación "Ayudemos a Vivir", a lo largo de su trayectoria no ha desarrollado ni posee ningún tipo de filosofía corporativa.

3.2.1. PRINCIPIOS CORPORATIVOS

Los Principios Corporativos establecen las principales creencias y comportamientos que guían la forma en la cual la fundación y los empleados desarrollan sus actividades.

FAVI no cuenta con principios definidos, por lo que se realizó entrevistas informales al personal administrativo, de lo cual se obtuvo como resultado los siguientes principios (Anexo # 4):



1. Calidad

FAVI debe proporcionar calidad en todas las actividades y en el actuar del día al día. La calidad de lo que se hace diariamente debe estar reflejada al final, en lo que se ofrece y se brinda al cliente, y continuamente se debe mejorar la manera en que se realizan las actividades.

2. Trabajo en Equipo

Colaboración por parte de todos los miembros de FAVI, trabajando con efectividad para entregar un servicio de calidad, promoviendo la creación de un excelente clima laboral.

3. Compromiso

Tanto con los clientes internos como externos brindando un mejor producto y servicio.

4. Confianza

Entre los miembros de la empresa como con los clientes y proveedores.

5. Solidaridad

Predisposición para contribuir al bienestar y trato digno, de personas con discapacidades, así como con los clientes y entre el grupo de trabajo interno, para resolver cualquier problema y apoyarse en situaciones críticas.

6. Eficiencia

Consiguiendo la optimización de los recursos y procesos realizados con el fin de cumplir los objetivos planteados

7. Servicio al cliente

Fomentar una cultura de excelencia en el servicio al cliente, proporcionándoles de manera rápida y eficaz una respuesta a sus necesidades

3.2.1.1. Matriz Axiológica

Para determinar los principios con los que cuenta FAVI se usará la matriz axiológica:

TABLA Nº 3.2
MATRIZ AXIOLÓGICA DE PRINCIPIOS

GRUPO DE REFERENCIA	Empleados	Clientes	Proveedores	Socios	Sociedad
PRINCIPIOS					
Trabajo en Equipo	X	X	X	-	-
Calidad	X	X	X	X	X
Compromiso	X	X	X	X	X
Confianza	X	X	X	X	X
Solidaridad	X	X	X	X	X
Eficiencia	X	X	X	-	-
Servicio al Cliente	X	X	X	X	X

Fuente: FAVI

Elaborado por: Autora

Los principios que debe aplicar FAVI son los siguientes:

PRINCIPIOS DE FAVI

- *Calidad*, en cada una de nuestras actividades, para conseguir la satisfacción de nuestros clientes.
- *Compromiso*, con nuestros clientes y para con nuestros objetivos y propuestas
- *Confianza*, para obtener la fidelidad del cliente, así como para mejorar el clima ambiental organizacional
- *Solidaridad*, para contribuir al bienestar y trato digno, de personas con discapacidades, así como con los clientes internos y externos
- *Servicio al cliente*, brindando un excelente servicio al cliente



3.2.2 VALORES

Es la actitud o comportamiento individual, grupal o colectivo de naturaleza apreciable y regidos por normas de orden ético.

FAVI considera que posee los siguientes valores:

Puntualidad

Estar a tiempo para cumplir las obligaciones diarias, tanto con los clientes y proveedores. Es necesario para dotar a nuestra personalidad de carácter, orden y eficacia, pues al vivir este valor en plenitud estamos en condiciones de realizar más actividades, desempeñar mejor nuestro trabajo, ser merecedores de confianza.

Respeto

Hacia los compañeros de trabajo y los clientes, tratándoles como nos gustaría que nos traten a nosotros. Respetando sus opiniones y considerando sus inquietudes.

Responsabilidad

En cada una de las funciones y actividades realizadas, cumpliendo con lo planificado, asumiendo las consecuencias de nuestras acciones y decisiones.

Honestidad

En todos los actos del vivir diario, actuando siempre con base en la verdad y en la auténtica justicia.

Sentido de Pertenencia

Cada uno de los empleados es importante para FAVI, todas las acciones que éstos realicen son claves para su mejoramiento personal y de la fundación, asegurando permanencia de tiempo en la empresa.



Ética

En cada una de nuestras acciones manteniéndolas en el marco de lo moral

Vocación de servicio

Es relevante que en FAVI, todos sus clientes tanto internos como externos, tengan aptitud de servicio hacia los niños especiales, lo cual contribuirá significativamente en su tratamiento.

De igual manera que en los principios se debe desarrollar una matriz axiológica para determinar los valores fundamentales de FAVI.

3.2.2.1. Matriz Axiológica

TABLA Nº 3.3

MATRIZ AXIOLÓGICA DE VALORES

GRUPO DE REFERENCIA	Empleados	Clientes	Proveedores	Socios	Sociedad
VALORES					
Puntualidad	*	*	*	*	*
Respeto	*	*	*	*	*
Responsabilidad	*	*	*	*	*
Honestidad	*	*	--	*	*
Ética	*	*	*	*	*
Sentido de Pertenencia	*	*	--	*	--
Vocación de Servicio	*	*	*	*	*

Fuente: FAVI
Elaborado por: Autora

Los valores que FAVI debe aplicar son:

VALORES DE FAVI

- **Puntualidad**, en la atención a nuestros clientes, y con los proveedores
- **Respeto**, para los clientes, proveedores y integrantes de FAVI
- **Responsabilidad**, en el desarrollo y cumplimiento de nuestras actividades
- **Ética**, en cada actividad que realicemos, con nuestros clientes, proveedores y equipo de trabajo
- **Vocación de servicio**, para nuestros clientes, brindando un servicio caluroso, acogedor.

3.2.3 PARADIGMAS

Los paradigmas que mantiene FAVI son:

**TABLA Nº 3.4
PARADIGMAS**

ACTUAL	PROPUESTA
Administración en forma empírica	Un modelo de gestión estratégica nos permitirá alcanzar el éxito
Estilo de gestión: dictatorial	Estilo de gestión: liderazgo proactivo
Resistencia al cambio	Ciclo de innovación y creatividad
Autoridad	Autocontrol y compromiso
Falta de definición empresarial FAVI	Cultura organizacional como instrumento de orientación y comportamiento
Desmotivación	Motivar al personal para crear sentido de pertenencia

Elaborado por: Autora



3.2.4 MISION

TABLA Nº 3.5
ELEMENTOS DE LA MISION

ELEMENTOS CLAVES	
<i>Naturaleza del negocio</i>	Brindar un servicio médico y de rehabilitación para niños, jóvenes y adultos con discapacidad mental
<i>Razón de existir</i>	Lograr su inserción en la sociedad, con el fin de alcanzar su independencia y valorar su capacidad adaptativa
<i>Mercado al que sirve</i>	Niños, jóvenes y adultos, del Distrito Metropolitano de Quito, que padecen discapacidades mentales como parálisis cerebral, síndrome de down, autismo, retardo mental leve, moderado y profundo.
<i>Características generales del producto</i>	Precio competitivo, calidad de servicio, autogestión, profesionales especializados, con alta tecnología.
<i>Posición deseada en el mercado</i>	Ser reconocida en el mercado, como una fundación solidaria, humanista y competitiva en precio, servicio, relaciones con el cliente
<i>Principios y valores</i>	Trabajo en Equipo, Calidad, Compromiso, Solidaridad, Eficiencia, Responsabilidad

Elaborado por: Autora

M I S I O N

Brindar un servicio médico y de rehabilitación para niños, jóvenes y adultos, del Distrito Metropolitano de Quito, que padecen de discapacidades mentales, mediante un servicio de calidad, precios competitivos, autogestión, alta tecnología, con profesionales especializados y comprometidos, basados en el trabajo en equipo, solidaridad, y responsabilidad, para lograr su inserción en la sociedad, y la satisfacción de todos los grupos de interés.

3.2.5 VISION

TABLA Nº 3.6
ELEMENTOS DE LA VISION

ELEMENTOS CLAVES	
Posición en el mercado	Ser una fundación especialista, autosustentable, sostenible, y ser reconocida como una de las mejores
Tiempo	5 años
Ámbito del mercado	En la ciudad de Quito
Cliente	Niños, jóvenes y adultos que padezcan de discapacidades mentales
Servicio	Ofrecer un servicio hospitalario – albergue con el objeto de lograr su independencia, involucrando a la familia y la sociedad, dotándole de herramientas e infraestructura adecuada, con personal calificado, y tecnología especializada, consiguiendo su inserción en la sociedad.
Valores	Honestidad, responsabilidad
Principio organizacional	Compromiso y solidaridad

Elaborado por: Autora

V I S I O N 2 0 1 2

Ser una fundación especialista, autosustentable, sostenible y reconocida como una de las mejores por brindar un servicio hospitalario – albergue de rehabilitación, que cubra el ciclo de vida de niños, jóvenes y adultos que padecen de discapacidades mentales, con infraestructura adecuada, y tecnología especializada, involucrando a la familia, en un marco de honestidad, responsabilidad, con personal altamente motivado, comprometido y solidario; para lograr su inserción en la sociedad.

3.2.6. OBJETIVOS

Los objetivos organizacionales son resultados que la empresa desea alcanzar en un determinado tiempo basados en su misión y visión planteada.

OBJETIVO CORPORATIVO

Encaminar y alinear a FAVI, para ser una fundación autosustentable que cubra el ciclo de vida de niños, jóvenes y adultos que padezcan de discapacidades mentales, ofreciendo un servicio hospitalario – albergue de rehabilitación mediante un diseño sistemático e integral, involucrando a la familia y la sociedad, con personal altamente motivado, comprometido y solidario

3.2.6.1 PROPUESTAS DE VALOR POR CADA PERSPECTIVA

La propuesta de valor está definida como una promesa implícita que la empresa le hace a sus clientes entregando una combinación particular de características

FAVI empleará las siguientes propuestas de valor:

3.2.6.1.1 Propuestas de Valor para los Accionistas

Perspectiva Financiera	Propuesta de valor
Rentabilidad	Incrementar la productividad financiera optimizando recursos
Crecimiento	Desarrollar alternativas de crecimiento y expansión, para abarcar mayor segmento de mercado, mejorando así nuestros ingresos.
Autofinanciamiento	Diversificar las fuentes de financiamiento, y crear planes de financiamiento, con el fin de obtener un flujo más estable de ingresos.



3.2.6.1.2 Propuestas de Valor para los Clientes

Atributos	Competitivo	Diferente	Propuesta de valor
Calidad		*	Mejorar la calidad del servicio prestado, para conseguir fidelidad del cliente y ampliar el segmento de mercado.
Precio	*		Mantener las políticas de precio competitivos, que aseguren la permanencia en el mercado
Tiempo	*		Mejorar los tiempos de entrega del servicio, para brindar una respuesta rápida a las necesidades del entorno.
Servicio	*		Diversificar y difundir los servicios de rehabilitación ofertados por FAVI.
Relaciones	*		Mejorar la relación con nuestros clientes y proveedores
Funcionalidad		*	Generar áreas funcionales y de rehabilitación para mejorar y facilitar su uso, a fin de maximizar su utilización.



3.2.6.1.3 Propuesta de Valor: Procesos y Redes de Cooperación

Perspectiva por Procesos	Propuesta de valor
Enfoque al cliente	Desarrollar ventajas competitivas para mejorar las relaciones con los clientes, y así fidelizar la marca
Operativos	Mejorar la calidad de los procesos de rehabilitación, en el área operativa, a fin de conseguir mejores resultados.
Proceso de Gestión Administrativa	Desarrollar un sistema administrativo, con indicadores y parámetros de evaluación, para medir el cumplimiento de los objetivos propuestos y la visión del negocio
Redes de cooperación	Fortalecer los convenios y alianzas estratégicas interinstitucionales, a fin de conformar una red de ayuda social, que contribuya a la misión de FAVI

3.2.6.1.4 Propuesta de Valor: Capital Intangible

Perspectiva Capital Intangible	Propuesta de valor
Cultura	Desarrollar una cultura organizacional a través de la cual los empleados se sientan comprometidos e identificados con el logro de la visión de FAVI
Capital humano	Garantizar la plena satisfacción del empleado, proporcionándoles oportunidad de carrera y crecimiento personal, y compensándoles de manera adecuada.
Capital informático	Implementar recursos tecnológicos en FAVI, buscando su desarrollo y proactividad, tanto con los clientes internos como externos
Competencias	Desarrollar programas de capacitación constante a fin de explotar los conocimientos y habilidades requeridas en el personal para cumplir las metas



3.2.6.2. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

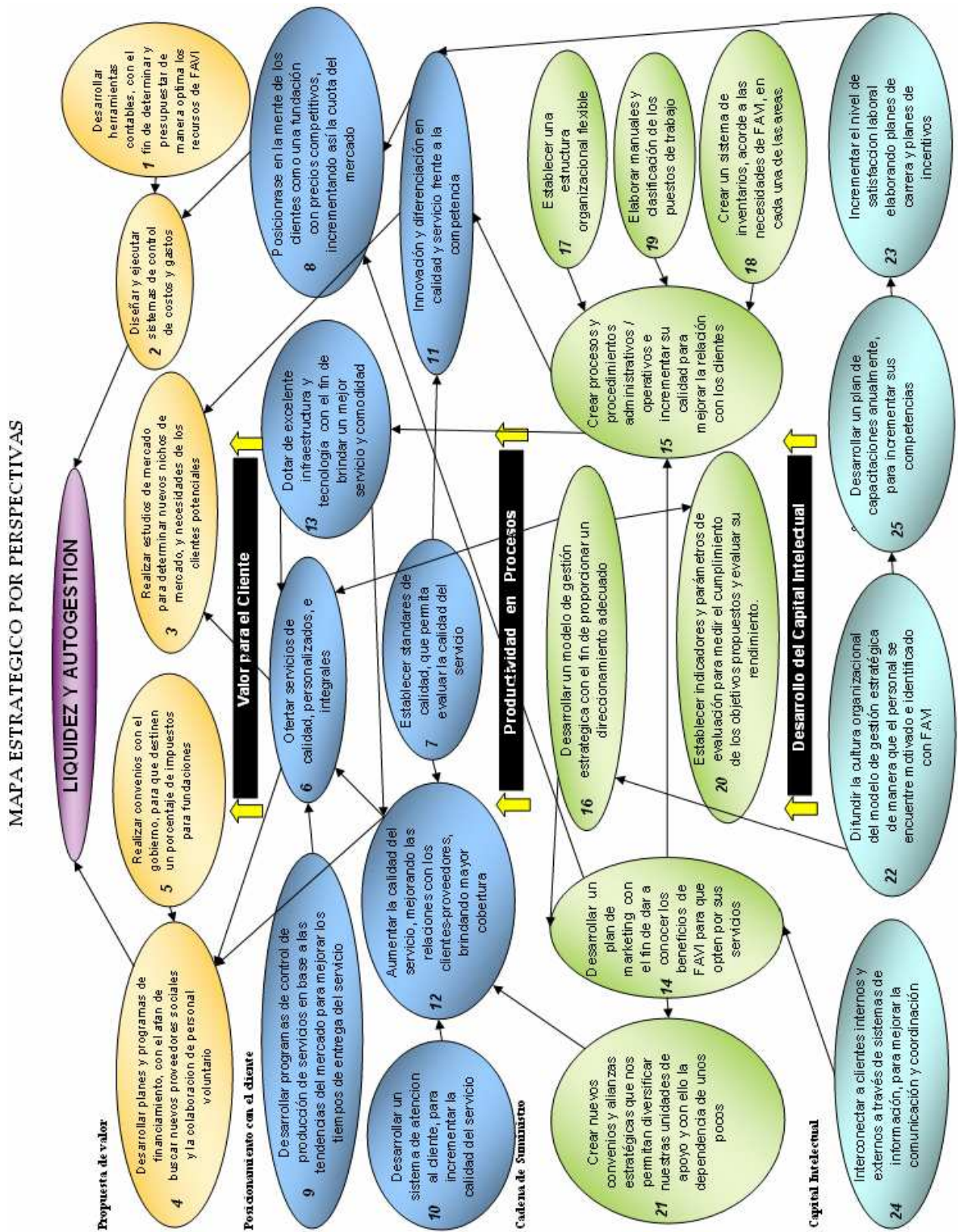
Los objetivos estratégicos claves de FAVI, tienen como base o nacen en la matriz de síntesis, a continuación describimos:

PROPUESTA DE VALOR		#	OBJETIVOS ESTRATEGICOS
FINANZAS Y CRECIMIENTO	Rentabilidad	1	Desarrollar herramientas contables, con el fin de determinar y presupuestar de manera optima los recursos de FAVI
		2	Diseñar y ejecutar sistemas de control de costos y reducciones de gastos
	Crecimiento	3	Realizar estudios de mercado para determinar nuevos nichos de mercado, y necesidades de los clientes potenciales
	Autofinanciamiento	4	Desarrollar planes y programas de autofinanciamiento con el afán de buscar nuevos proveedores sociales y la colaboración de personal voluntario
		5	Realizar convenios con el gobierno, para que destinen un porcentaje de impuestos para fundaciones, formando así un capital de dinero, para realizar futuras inversiones
CLIENTE - MERCADO	Calidad	6	Ofertar servicios de calidad, personalizados, e integrales
		7	Establecer estándares de calidad, que permita evaluar la calidad del servicio
	Precio	8	Posicionarse en la mente de los clientes como una fundación con precios competitivos, con el fin de incrementar la cuota del mercado
	Tiempo	9	Desarrollar programas de control de producción de servicios en base a las tendencias del mercado para mejorar los tiempos de entrega del servicio
	Servicio	10	Desarrollar un sistema de atención al cliente, para incrementar la calidad del servicio
		11	Innovación y diferenciación en calidad y servicio frente a la competencia
	Relaciones	12	Aumentar la calidad del servicio, mejorando las relaciones con los clientes-proveedores, brindando mayor cobertura
	Funcionalidad	13	Dotar de excelente infraestructura y tecnología con el fin de brindar un mejor servicio y comodidad

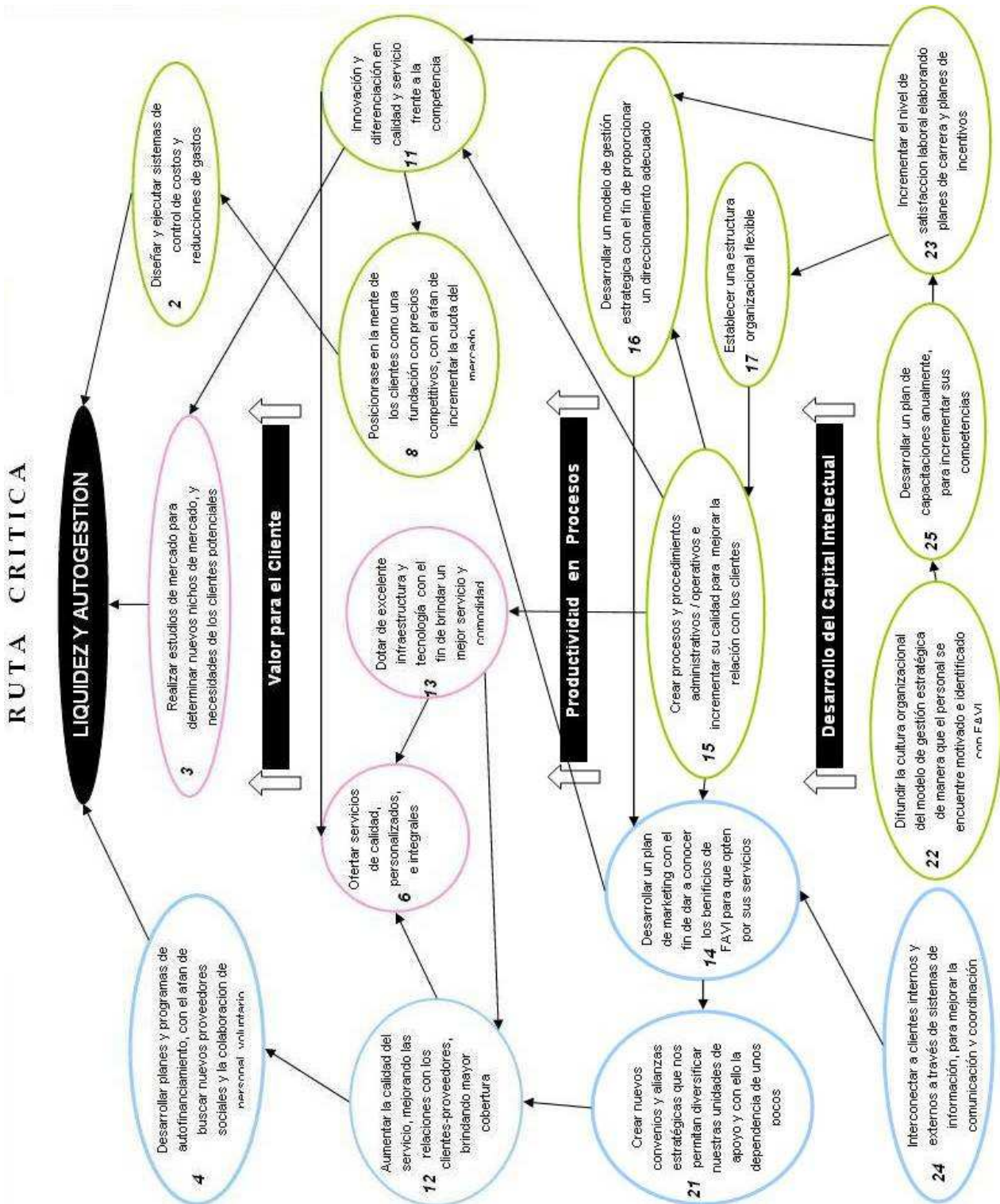


		PROPUESTA DE VALOR	#	OBJETIVOS ESTRATEGICOS	
PROCESOS Y REDES DE COOPERACION	Enfoque al cliente	Desarrollar estrategias competitivas para mejorar las relaciones con los clientes, y así fidelizar la marca	14	Desarrollar un plan de marketing con el fin de dar a conocer los beneficios de FAVI para que opten por sus servicios	
	Operativos	Mejorar la calidad de los procesos administrativos y operativos, a fin de conseguir mejores resultados.	15	Crear procesos y procedimientos administrativos / operativos, con el fin de incrementar la calidad mejorando así la relación con los clientes	
	Proceso de Gestión Administrativa	Desarrollar un sistema administrativo, con indicadores y parámetros de evaluación, para medir el cumplimiento de los objetivos propuestos y la visión del negocio	16	Desarrollar un modelo de gestión estratégica con el fin de proporcionar un direccionamiento adecuado	
			17	Establecer una estructura organizacional flexible	
			18	Crear un sistema de inventarios, acorde a las necesidades de FAVI, en cada una de las áreas	
			19	Elaborar manuales y clasificación de los puestos de trabajo	
			20	Establecer indicadores y parámetros de evaluación para medir el cumplimiento de los objetivos propuestos y evaluar su rendimiento.	
	Redes de Cooperación	Fortalecer los convenios y alianzas estratégicas interinstitucionales, a fin de conformar una red de ayuda social, que contribuya a la misión de FAVI	21	Crear nuevos convenios y alianzas estratégicas que nos permitan diversificar nuestras unidades de apoyo y con ello la dependencia de unos pocos	
	CAPITAL INTANGIBLE	Cultura	Desarrollar una cultura organizacional a través de la cual los empleados se sientan comprometidos e identificados con el logro de la visión de FAVI	22	Difundir la cultura organizacional del modelo de gestión estratégica de manera que el personal se encuentre motivado e identificado con FAVI
		Capital Humano	Garantizar la plena satisfacción del empleado, proporcionándole oportunidad de carrera y crecimiento personal, compensándoles de manera adecuada	23	Incrementar el nivel de satisfacción laboral elaborando planes de carrera y planes de incentivos
Capital Informático		Implementar recursos tecnológicos en FAVI, buscando su desarrollo y proactividad, tanto con los clientes internos como externos	24	Interconectar a clientes internos y externos, a través de sistemas de información, para mejorar la coordinación y comunicación	
Competencias		Desarrollar programas de capacitación constante a fin de explotar los conocimientos y habilidades requeridas en el personal para cumplir las metas	25	Desarrollar un plan de capacitaciones anualmente, para incrementar las competencias del recurso humano	

3.2.6.3 MAPA ESTRATEGICO POR PERSPECTIVAS



3.2.6.4 RUTA CRITICA





3.2.6.5 TIEMPOS DE LOS OBJETIVOS ESTRATEGICOS CLAVES

El tiempo en que se realizarán los objetivos estratégicos claves, han sido ponderados en base al impacto que tendrá en el cumplimiento y alcance de nuestra misión - visión y factibilidad de su realización, de acuerdo a los recursos económicos, físicos, humanos, con los que dispone FAVI en la actualidad.



MATRIZ DE TIEMPOS DE OBJETIVOS ESTRATEGICOS CLAVES

PROPUESTA DE VALOR		#	OBJETIVOS ESTRATEGICOS CLAVES			PLAZO		
			CORTO	MEDIANO	LARGO			
FINANZAS Y CRECIMIENTO	Rentabilidad	Incrementar la productividad financiera optimizando recursos	2	Diseñar y ejecutar sistemas de control de costos y reducciones de gastos	*			
		Desarrollar alternativas de crecimiento y expansión, para abarcar mayor segmento de mercado, mejorando así nuestros ingresos	3	Realizar estudios de mercado para determinar nuevos nichos de mercado, y necesidades de los clientes potenciales	*			
		Autofinanciamiento	4	Desarrollar planes y programas de autofinanciamiento con el afán de buscar nuevos proveedores sociales y la colaboración de personal voluntario	*			
	Calidad	Mejorar la calidad del servicio prestado, para conseguir fidelidad del cliente y ampliar el segmento de mercado.	6	Ofertar servicios de calidad, personalizados, e integrales			*	
		Precio	Mantener las políticas de precio competitivos, que aseguren la permanencia en el mercado	8	Posicionarse en la mente de los clientes como una fundación con precios competitivos, con el fin de incrementar la cuota del mercado	*		
	Servicio	Diversificar y difundir los servicios de rehabilitación ofertados por FAVI	11	Innovación y diferenciación en calidad y servicio frente a la competencia			*	
	Relaciones	Mejorar la relación con nuestros clientes y proveedores	12	Aumentar la calidad del servicio, mejorando las relaciones con los clientes-proveedores brindando mayor cobertura	*			
	Funcionalidad	Generar áreas funcionales y de rehabilitación para mejorar y facilitar su uso, a fin de maximizar su utilización	13	Dotar de excelente infraestructura y tecnología con el fin de brindar un mejor servicio y comodidad	*			
	CLIENTE - MERCADO							

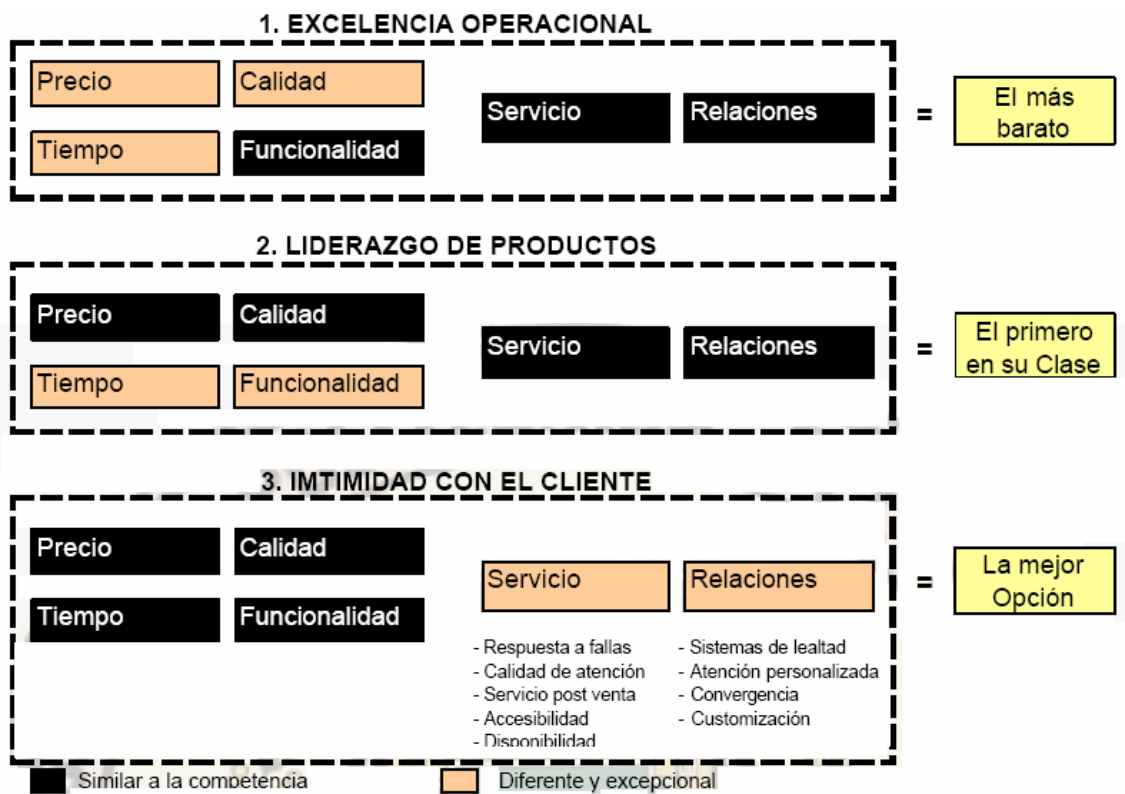


PROCESOS Y REDES DE COOPERACION		OBJETIVOS ESTRATEGICOS			PLAZO		
PROPUESTA DE VALOR		#	CORTO	MEDIANO	LAGO		
Enfoque al cliente	Desarrollar estrategias competitivas para mejorar las relaciones con los clientes, y así fidelizar la marca	14	Desarrollar un plan de marketing con el fin de dar a conocer los beneficios de FAVI para que opten por sus servicios	*			
Operativos	Mejorar la calidad de los procesos administrativos y operativos, a fin de conseguir mejores resultados.	15	Crear procesos y procedimientos administrativos / operativos, con el fin de incrementar la calidad mejorando así la relación con los clientes	*			
Proceso de Gestión Administrativa	Desarrollar un sistema administrativo, con indicadores y parámetros de evaluación, para medir el cumplimiento de los objetivos propuestos y la visión del negocio	16	Desarrollar un modelo de gestión estratégica con el fin de proporcionar un direccionamiento adecuado	*			
Redes de Cooperación	Fortalecer los convenios y alianzas estratégicas institucionales, a fin de conformar una red de ayuda social, que contribuya a la misión de FAVI	17	Establecer una estructura organizacional flexible	*			
Cultura	Desarrollar una cultura organizacional a través de la cual los empleados se sientan comprometidos e identificados con el logro de la visión de FAVI	21	Crear nuevos convenios y alianzas estratégicas que nos permitan diversificar nuestras unidades de apoyo y con ello la dependencia de unos pocos	*			
Capital Humano	Garantizar la plena satisfacción del empleado, proporcionándole oportunidad de carrera y crecimiento personal, compensándolo de manera adecuada	22	Difundir la cultura organizacional del modelo de la planificación estratégica de manera que el personal se encuentre motivado e identificado con FAVI	*			
Capital Informático	Implementar recursos tecnológicos en FAVI buscando su desarrollo y proactividad, tanto con los clientes internos como externos	23	Incrementar el nivel de satisfacción laboral elaborando planes de carrera y planes de incentivos	*			
Competencias	Desarrollar programas de capacitación constante a fin de explotar los conocimientos y habilidades requeridas en el personal para cumplir las metas	24	Interconectar a clientes internos y externos, a través de sistemas de información, para mejorar la coordinación y comunicación	*			
		25	Desarrollar un plan de capacitaciones anuales para incrementar las competencias del recurso humano	*			

3.2.7 ESTRATEGIA CORPORATIVA

Las estrategias son el cómo vamos alcanzar los objetivos y metas planteadas en un determinado tiempo.

GRÁFICO Nº 3.1
PROPOSICIONES GENÉRICAS DE VALOR



Fuente: Planeación Estratégica basada en BSC, REYNOSO Álvaro

Para mejorar la relación con el cliente – consumidor, y sabiendo que ellos son la principal fuente de financiamiento FAVI en este caso utilizará una estrategia de **intimidad con el cliente**, debido a la actividad que realiza, es importante brindar un servicio de calidad, con atención personalizada, sistemas de lealtad; como factores primordiales para enfrentar a la competencia, en cuanto al servicio y las relaciones existentes con el cliente.



En cuanto a las estrategias de crecimiento FAVI utilizará la estrategia de **desarrollo del producto/servicio**, hoy en día lo que se desea es fortalecer su mercado actual, diversificando y ofertando servicios de calidad, a precios competitivos, con profesionales especializados.

En cuanto a las estrategias competitivas FAVI utilizará la **estrategia del especialista**, debido a que su mercado objetivo es el de niños, jóvenes y adultos, que padecen de discapacidades mentales, brindando un servicio médico y de rehabilitación especializado.

ESTRATEGIA CORPORATIVA

Ser una fundación especialista en brindar un servicio médico y de rehabilitación, fortaleciendo y desarrollando su mercado meta, ofreciendo un servicio de calidad, a precios competitivos, con profesionales especializados, manteniendo excelentes relaciones con el cliente e intimidad con el cliente, mediante el desarrollo tecnológico, el mejoramiento de sus procesos, la optimización de los recursos y la capacitación continua al personal, buscando satisfacer de manera óptima las necesidades de los grupos de interés.

3.2.8 MAPA CORPORATIVO

MAPA CORPORATIVO

