

C A P I T U L O II

D I A G N Ó S T I C O S I T U A C I O N A L Y D I R E C C I O N A M I E N T O E S T R A T É G I C O

En el presente capítulo se desarrolla el análisis situacional, en el cual se realiza el estudio del ambiente interno y externo de la empresa con el fin de obtener las debilidades, oportunidades, amenazas y fortalezas que pueden intervenir en la capacidad de la E M A A P - Q .

D I A G N Ó S T I C O S I T U A C I O N A L

2.1 A N Á L I S I S E X T E R N O

Mediante el Análisis Externo se desarrollará la Investigación de los factores:

- E c o n ó m i c o s
- S o c i o - c u l t u r a l e s
- T e c n o l ó g i c o s
- E c o l ó g i c o s

Donde ayuda a tener en cuenta qué influencias del entorno han sido especialmente importantes en el pasado y a saber hasta qué punto ocurren cambios que las pueden hacer más o menos significativas en el futuro.⁸

⁸ <http://www.econlink.com.ar/economia/creditoconsumo/analiseconomico.shtml>

2.1.1. MACROAMBIENTE

Por macroambiente, se entiende el entorno general que rodea a la empresa y que es común a las empresas de un determinado sector y/o país.⁹

2.1.1.1. FACTOR ECONÓMICO

En las empresas es importante, el factor económico ya que se logrará identificar la inflación, producto interno bruto, tendencias en la economía, ciclos económicos, ingresos mensuales, nivel de desarrollo que presenta el país, etc., a lo que ayuda a tener en cuenta qué influencias del entorno han sido especialmente importantes en el pasado y a saber hasta qué punto ocurren cambios en el futuro.

En este factor se va a analizar:

- Inflación
- PIB

INFLACIÓN

La inflación es un proceso medido en el tiempo que representa el movimiento de precios en la economía.

La mayoría de variables económicas, tiene un componente estacional, componente estructural de crecimiento o decrecimiento en el largo plazo, y un componente aleatorio.¹⁰

⁹ <http://www.educared.net/aprende/anavegar6/podium/E/12/html/entorno/macro.htm#>

¹⁰ Evolución y Análisis de Inflación 2009, Instituto Nacional de Estadística y Censos

T A B L A N ° 1

I N F L A C I Ó N M E N S U A L , A N U A L Y A C U M U L A D A 2 0 0 9

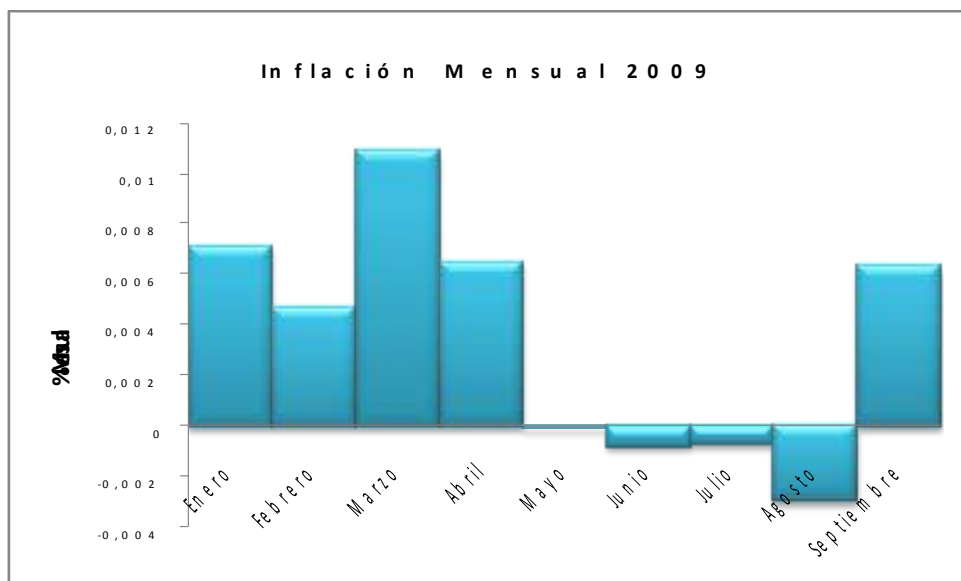
F E C H A	M E N S U A L	A N U A L	A C U M U L A D A
E n e r o -3 1 -2 0 0 9	0 . 7 1 %	8 . 3 6 %	0 . 7 1 %
F e b r e r o -2 8 -2 0 0 9	0 . 4 7 %	7 . 8 5 %	1 . 1 8 %
M a r z o -3 1 -2 0 0 9	1 . 0 9 %	7 . 4 4 %	2 . 2 8 %
A b r i l -3 0 -2 0 0 9	0 . 6 5 %	6 . 5 2 %	2 . 9 5 %
M a y o -3 1 -2 0 0 9	- 0 . 0 1 %	5 . 4 1 %	2 . 9 4 %
J u n i o -3 0 -2 0 0 9	- 0 . 0 8 %	4 . 5 4 %	2 . 8 6 %
J u l i o -3 1 -2 0 0 9	- 0 . 0 7 %	3 . 8 5 %	2 . 7 9 %
A g o s t o -3 1 -2 0 0 9	- 0 . 3 0 %	3 . 3 3 %	2 . 4 8 %
S e p t i e m b r e -3 0 -2 0 0 9	0 . 6 3 %	3 . 2 9 %	3 . 1 2 %

F U E N T E : B a n c o C e n t r a l d e l E c u a d o r

E L A B O R A D O : A l e x a M a r c i l l o

G R Á F I C O N ° 1

I N F L A C I Ó N M E N S U A L 2 0 0 9



Como se muestra en la TABLA N° 1 la variación de la inflación mensual, anual y acumulada en el año 2009 fue de cuatro meses seguidos, inflación por debajo del 0%, entre -0,01% y -0,30%, por lo tanto los bienes y servicios se redujeron.

Pero en el mes de septiembre se identificó un aumento en la demanda de alimentos, transporte, vestimenta, servicios, útiles escolares, entre otros, pero cabe indicar que el sector que más incidencia tuvo fue la educación ya que coincidió con el inicio de clases en la Región Sierra.

El incremento de la inflación incurrió en la canasta familiar porque su precio alcanzó a los \$ 519.30 mes de Agosto 2009 y la Canasta Familiar Vital a \$ 367.49

El incremento de la inflación presenta una **A M E N A Z A A L T A**

PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)

El producto interno bruto, es el valor monetario total de la producción corriente de bienes y servicios de un país durante un período, que se presenta en la siguiente TABLA N° 2.

TABLA N° 2

PRODUCTO INTERNO BRUTO (Millones USD-Ecuador)

FECHA	VALOR MILLONES DE USD
Enero-31-2009	51106.00
Enero-31-2008	54686.00
Enero-31-2007	45789.00
Enero-31-2006	41763.00
Enero-31-2005	37187.00

FUENTE: Banco Central del Ecuador

T A B L A N ° 3

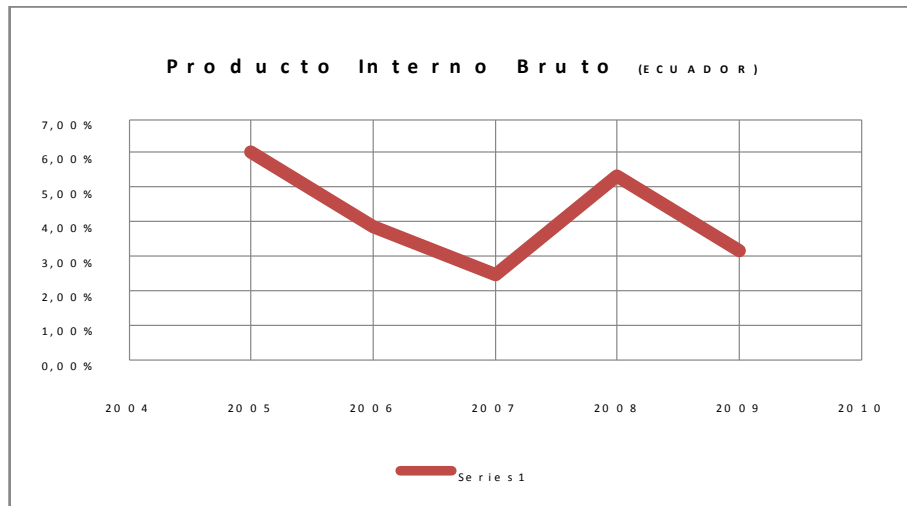
P R O D U C T O I N T E R N O B R U T O V A R I A C I Ó N E C U A D O R

F E C H A	V A L O R
E n e r o - 0 1 - 2 0 0 9	3 . 1 5 %
E n e r o - 0 1 - 2 0 0 8	5 . 3 2 %
E n e r o - 0 1 - 2 0 0 7	2 . 4 9 %
E n e r o - 0 1 - 2 0 0 6	3 . 8 9 %
E n e r o - 0 1 - 2 0 0 5	6 . 0 0 %

F U E N T E : B a n c o C e n t r a l d e l E c u a d o r

G R A F I C O N ° 2

P R O D U C T O I N T E R N O B R U T O



M e d i a n t e l a T A B L A N ° 3 , s e o b s e r v a q u e e l P r o d u c t o I n t e r n o B r u t o h a t e n i d o v a r i a c i o n e s e n l o s ú l t i m o s c i n c o a ñ o s , p e r o l a v a r i a c i ó n m á s i m p o r t a n t e e s e n e l a ñ o 2 0 0 9 c o n u n a r e d u c c i ó n d e l 2 . 1 7 % d e l a ñ o a n t e r i o r , p o r l o t a n t o r e p r e s e n t a m e n o s i n g r e s o s y u n a O P O R T U N I D A D M E D I A p a r a l a e m p r e s a .

2.1.1.2. FACTOR TECNOLÓGICO

Los cambios tecnológicos en el Ecuador, ayuda a crear nuevos productos y brindar mayor calidad en productos y/o servicios brindados al consumidor, optimizando tiempos y recursos.

*“La nueva tecnología crea nuevos mercados y oportunidades. Los especialistas en mercadotecnia necesitan comprender el ambiente tecnológico cambiante y las formas en las cuales las tecnologías pueden servir a las necesidades humanas; colaborar muy de cerca con el personal de investigación y desarrollo para fomentar una investigación más orientada al mercado; estar alertas a todo aspecto negativo posible en una innovación que puedan causar daño a los consumidores o provocar un rechazo, por lo que deberán analizar sistemáticamente algunas de las tendencias en la tecnología; entre otras: el ritmo rápido del cambio tecnológico, los presupuestos dedicados a la investigación y desarrollo, la concentración en pequeñas mejoras, las crecientes regulaciones, y los efectos negativos de las innovaciones tecnológicas”.*¹¹

Gracias a la tecnología, los servicios informáticos de la EMAAP-Q, apoyan adecuadamente la gestión empresarial y a los procesos internos de la empresa son apoyados con una gestión tecnológica adecuada presentan una **O P O R T U N I D A D M E D I A**

¹¹ Galarza Weimar 1997 www.nireblog.com

2.1.1.3. FACTOR POLÍTICO - LEGAL

La incidencia política es una amenaza latente en cualquier entidad pública, en forma independiente de la administración tanto municipal como de la propia empresa, ya que durante los últimos tiempos, el Ecuador ha venido atravesando momentos difíciles como; la crisis mundial, donde se enfoca en el impacto del precio del petróleo, porque si tiene un menor precio del crudo, representa menos ingresos para el Estado y para las empresas públicas.

Por otro lado, las nuevas leyes vigentes establecidas por el Presidente de la República como Ley Orgánica de Recursos Hídricos, Uso y Aprovechamiento del Agua, están enfocadas en cumplir los objetivos propuestos por el Gobierno y no por beneficio de los ciudadanos como indica en el Literal 2 de la Ley Orgánica de Recursos Hídricos, Uso y Aprovechamiento del Agua *“Omiten poner la tercerización en la prestación de los servicios públicos. Uno de los mecanismos implementados por el Banco Mundial BM y Banco Interamericano de Desarrollo BID para la privatización del agua en el país fue la delegación al sector privado de la gestión mediante la concesión y la tercerización de parte de los servicios de agua potable, por ejemplo facturación, cobro, instalación de medidores, mantenimiento de redes. Muchas empresas públicas de agua en ese mecanismo privatizador neoliberal ya tercerizaron parte del servicio como la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Quito – EM AAP-Q.”*

A pesar de que la Ley Orgánica de Recursos Hídricos, Uso y Aprovechamiento del Agua permite que las empresas privadas embotelladores de agua, vendrán hacer empresas mixtas, donde deberán realizar trabajos conjuntos con la EM AAP-Q para llevar a cabo la prestación del servicio de agua potable.

También es importante mencionar que el cambio frecuente de la legalización y normas del sector público presenta una **A M E N A Z A M E D I A**.

2.1.1.4. FACTOR SOCIO-CULTURAL

En la Ciudad de Quito, las personas se caracterizan por ser exigentes al momento de adquirir un servicio o producto, aún más refiriéndose a los servicios básicos como el Agua Potable y Alcantarillado, ya que son indispensables para el buen vivir.

Lo importante para cada uno de los usuarios es recibir un buen servicio a precios cómodos, pero es importante indicar que el desempleo en la Ciudad de Quito representa lo siguiente en la TABLA N° 4

T A B L A N ° 4

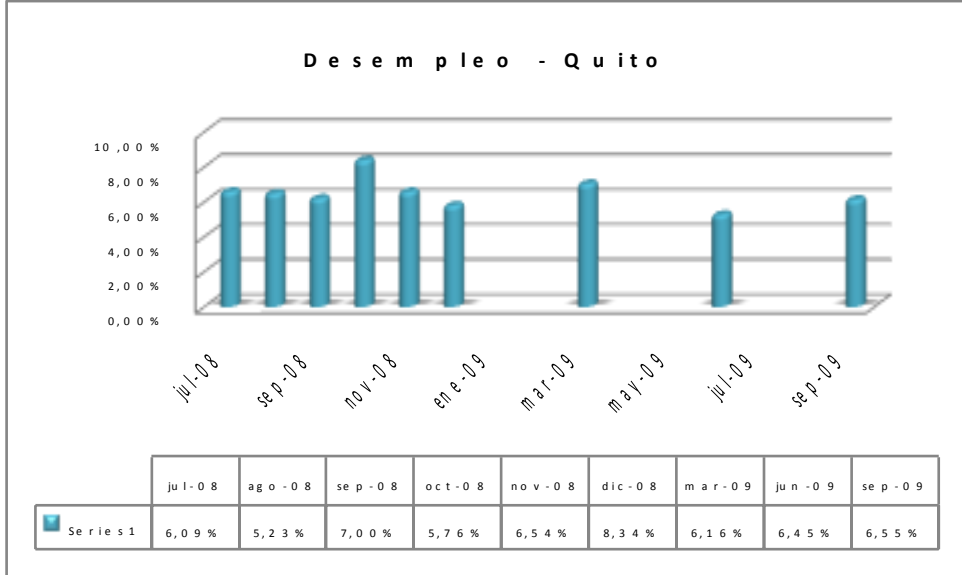
T A S A D E D E S E M P L E O E N L A C I U D A D D E Q U I T O

F E C H A	V A L O R
S e p t i e m b r e - 3 0 - 2 0 0 9	6 . 0 9 %
J u n i o - 3 0 - 2 0 0 9	5 . 2 3 %
M a r z o - 3 1 - 2 0 0 9	7 . 0 0 %
D i c i e m b r e - 3 1 - 2 0 0 8	5 . 7 6 %
N o v i e m b r e - 3 0 - 2 0 0 8	6 . 5 4 %
O c t u b r e - 3 1 - 2 0 0 8	8 . 3 4 %
S e p t i e m b r e - 3 0 - 2 0 0 8	6 . 1 6 %
A g o s t o - 3 1 - 2 0 0 8	6 . 4 5 %
J u l i o - 3 1 - 2 0 0 8	6 . 5 5 %

F U E N T E : B a n c o C e n t r a l d e l E c u a d o r

G R A F I C O N ° 3

D E S E M P L E O D E L A C I U D A D D E Q U I T O



E l d e s e m p l e o r e p r e s e n t a d e s o c u p a c i ó n d e l a p o b l a c i ó n , e s d e c i r n o t i e n e n i n g r e s o s , p a r a l a E M A A P - Q p o r l a f a l t a d e c a p a c i d a d d e p a g o p u n t u a l y p o r l o t a n t o s i g n i f i c a u n a **A M E N A Z A A L T A**

2.1.1.5. FACTOR DEMOGRÁFICO

La finalidad del factor demográfica es captar, almacenar y distribuir información en datos que ayuden para el mejoramiento actual y futuro de dichas áreas del Departamento de Saneamiento que son las siguientes: Distrito Norte, Distrito Centro, Distrito Sur, Mantenimiento de Colectores y Mantenimiento Laderas del Pichincha.

El crecimiento poblacional del Distrito Metropolitano de Quito que se presenta en la TABLA N° 5

TABLA N° 5
CRECIMIENTO POBLACIONAL DEL D.M.Q.¹²

	Población 1990	Población 2001	Saldo demográfico 1990-2001	Incremento 1991-2001 (%)	Incremento anual (%)
Quito	1 105 889	1 413 694	307 805	27,8	2,23
Distrito (suburbano)	230 348	427 506	197 158	85,6	5,62
Distrito Metropolitano	1 336 237	1 841 200	504 963	37,8	2,91

Fuente: INEC (censos 1990 y 2001)

Los datos presentados del censo del INEC de los años (1990 - 2001), indica que la población se ha elevado cerca de 1'850.000 habitantes en noviembre del 2001 y en 1990 era aproximadamente 1'350.000, lo que significa un aumento de 500.000 habitantes en el espacio de 11 años (es decir un incremento del 37,8% en ese periodo y del 2,9% anual).

El incremento de población en el D.M.Q brinda una OPORTUNIDAD MEDIA para la EMAAP-Q ya que se obtendría ampliación de cobertura de servicio para la evacuación de aguas lluvias y servidas, la posibilidad de instalar nuevos medidores, reubicar y cambiar medidores que han cumplido su vida útil.

¹² http://www4.quito.gov.ec/spirales/3_publicaciones/libros/Los_lugares_esenciales_del_dm_q.pdf

2.1.1.6. FACTOR GEOGRÁFICO

El Ecuador está situado en la Zona Tropical, esto hace que el tiempo varíe a través de todo el territorio. Las ciudades en la sierra varían en su temperatura de 10 a 22 °C; en Quito y Valle la temperatura varía entre 7 grados centígrados (55 F.) en la noche, 26 grados centígrados (78 F.) al medio día con promedios de 15 grados centígrados (64 F.).

Hay dos estaciones, la lluviosa y seca. Se llama invierno a la estación lluviosa y verano a la estación seca. El verano de Quito dura aproximadamente 4 meses, de Junio a Septiembre.

Quito tiene su estación lluviosa de Octubre a Mayo, aunque durante este período el clima sufra una cantidad de variaciones.

Por lo tanto la ocurrencia de fenómenos naturales en el territorio, por las diferentes actividades que realiza la empresa, como las lluvias de alta intensidad, falta de control de influentes industriales y deficiente recolección de desechos sólidos presenta una **AMENAZA MEDIA**

2.1.2. MICROAMBIENTE

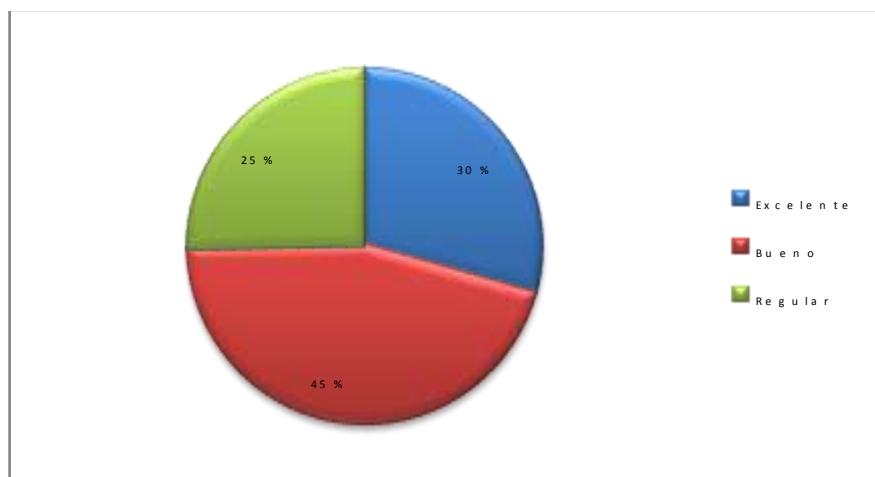
A continuación se detalla los factores del microambiente en la cual la EM AAP-Q puede controlar, y lograr el cambio deseado para la empresa.

2.1.2.1. CLIENTES

"Un cliente es una persona o empresa que adquiere bienes o servicios"¹³

Los clientes de la EM AAP-Q, son los habitantes del Distrito Metropolitano de Quito, que aproximadamente son 1'839.853 millones de habitantes, por lo tanto se realizó la siguiente encuesta a 75 personas de los sectores norte, centro y sur.

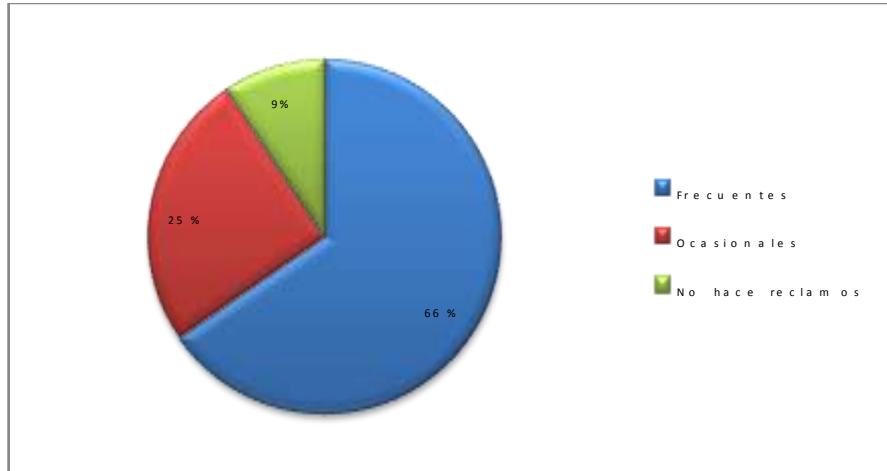
1. ¿Cuál es el grado de satisfacción en la calidad de los servicios que brinda la empresa?



El 25% de los clientes se sienten insatisfechos con los servicios que brinda el departamento, por lo tanto presenta una **AMENAZA MEDIA**

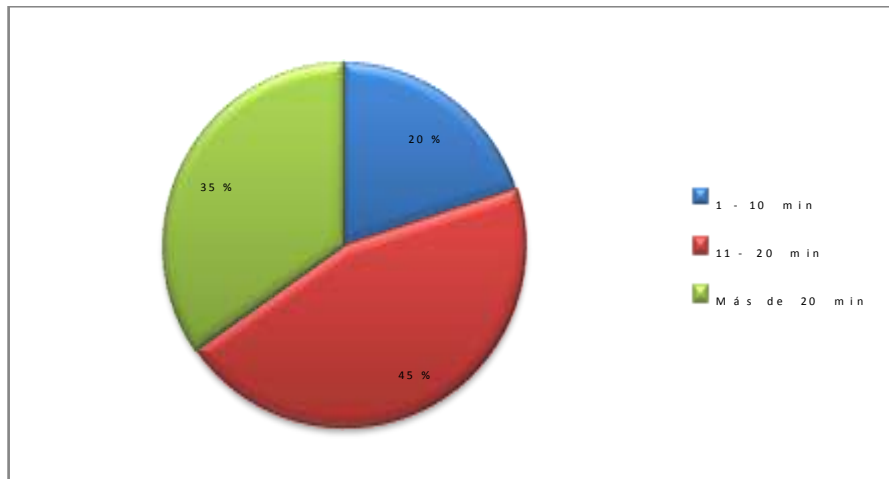
¹³ Del sitio web «cim.com.uk», de The Chartered Institute of Marketing (CIM), Sección: Marketing glossary, URL: <http://www.cim.co.uk/resources/glossary/home.aspx>, obtenido en fecha: 17 de noviembre 2009.

2. Los reclamos que usted realiza en la empresa son:



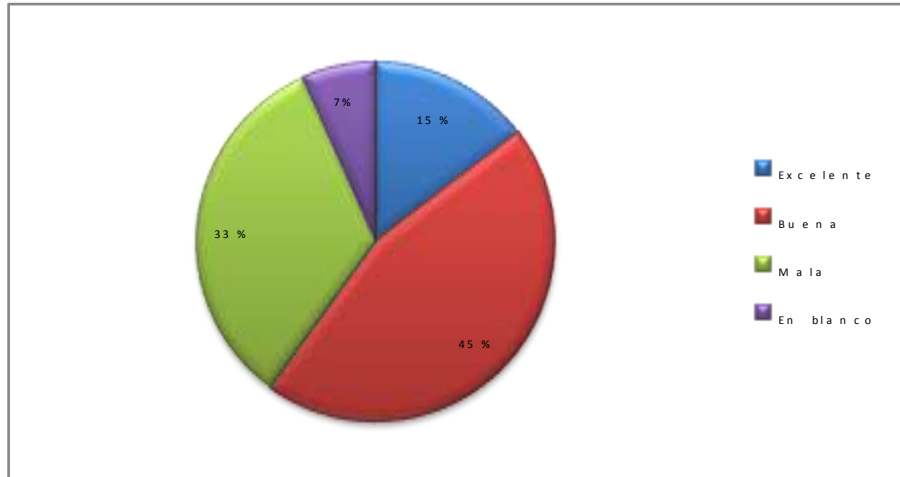
El 65.33% de los clientes asisten a la empresa a realizar sus reclamos con frecuencia y representa una **AMENAZA ALTA**

3. En que tiempo estimado, sus reclamos son atendidos?



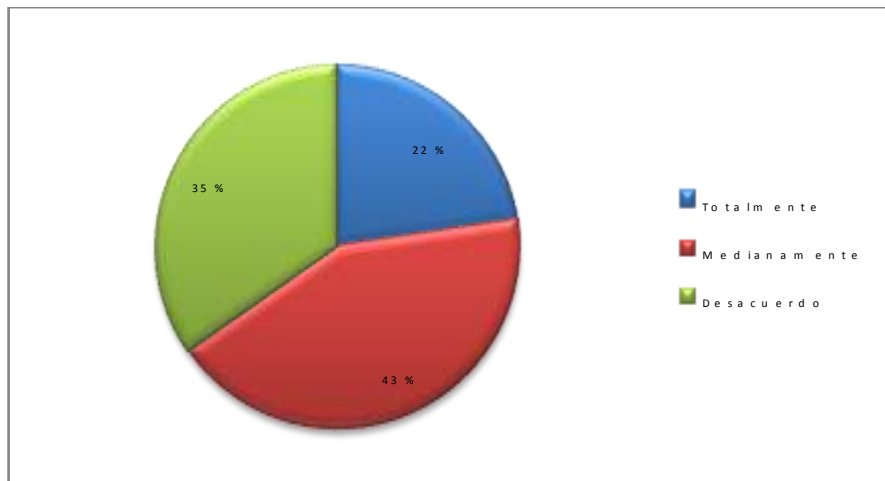
El 80% de los clientes manifiestan que el tiempo estimado de recepción de quejas y reclamos es de 11 a 20 minutos y se considera una **AMENAZA ALTA**.

4. Considera usted que la atención al cliente personalizada brindada es:



El 78 % representa a la buena atención al cliente que ofrece la EM AAP-Q, y significa **A M E N A Z A M E D I A**.

5. ¿Está usted de acuerdo con el rubro de alcantarillado que es cobrado en las facturas emitidas por la EM AAP-Q?



El 43 % de los clientes indican que medianamente están de acuerdo con el cobro del rubro de Alcantarillado en sus facturas, y presenta una **A M E N A Z A M E D I A**.

2.1.2.2. PROVEEDORES

"Organización o persona que proporciona un producto o servicio".¹⁴

Los proveedores de la EM AAP -Q, están categorizados en proveedores de bienes y servicios, constructores para ejecución de obras y consultores EM AAP -QUITO y deberán cumplir requisitos establecidos por la empresa.

En la TABLA N° 6, se indica los algunos proveedores de la empresa:

TABLA N° 6

PROVEEDORES DE LA EM AAP -Q¹⁵

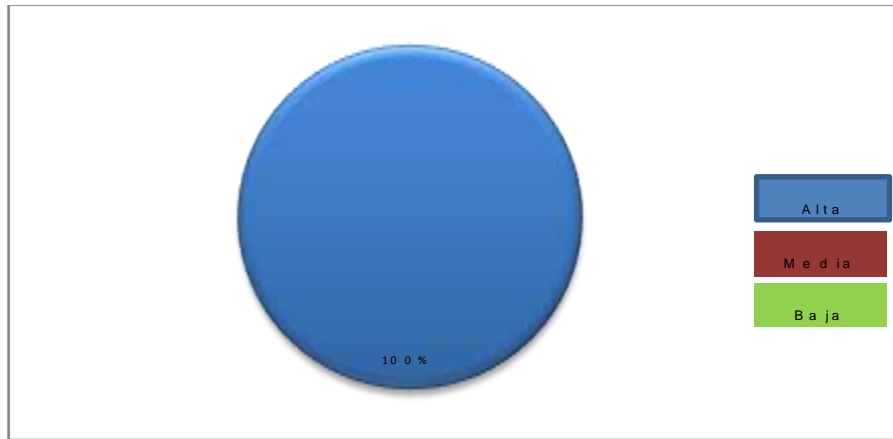
PROVEEDORES
A S C A M C í a . L t d a .
A b a d E n c a l a d a I v á n I n g .
A b a d Z a m o r a M a r i o I n g .
A c e r o C o m e r c i a l E c u a t o r i a n o
A c o s t a G a l i n d o M a r c o I n g .
A c o s t a Y á n e z A d r i a n a E l i z a b e t h I n g .
A c o t e c n i c C í a . L t d a .
A c r i s o l a r C í a . L t d a .
A c t u a r i a

A continuación se presenta los resultados de la encuesta que se realizó a proveedores de la EM AAP -Q.

¹⁴ www.alicanticonsultores.cl/glosario

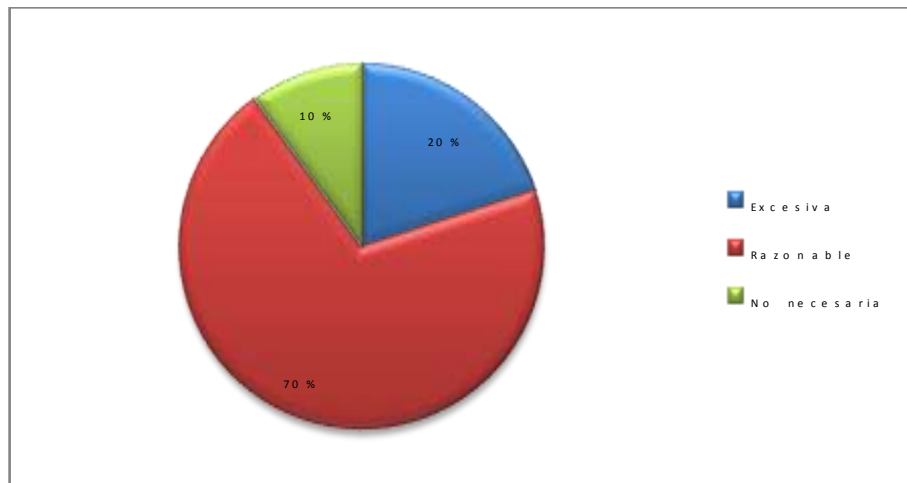
¹⁵ <http://www.emAAPQ.com.ec/>

1.- ¿ Que confiabilidad brinda sus productos o servicios que Usted ofrece ?



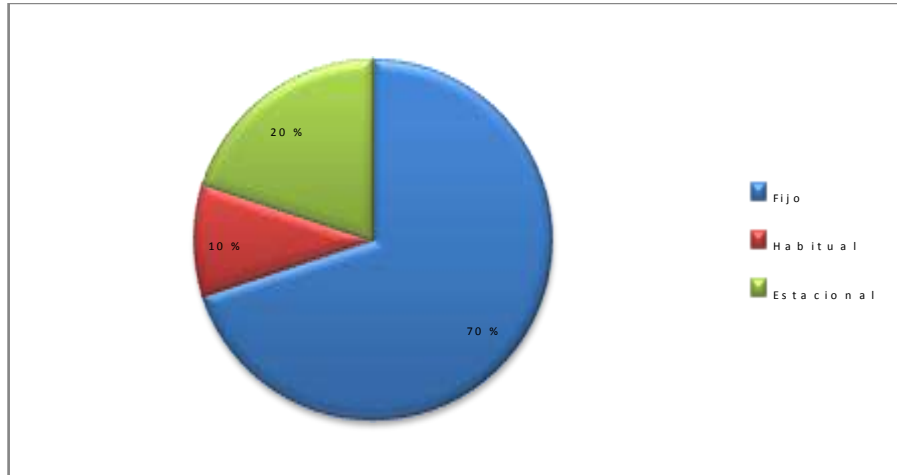
La confiabilidad que brinda el proveedor es del 100% siendo una OPORTUNIDAD ALTA .

1. ¿ Cómo considera usted los requisitos que le solicita la EM AAP - Q ?



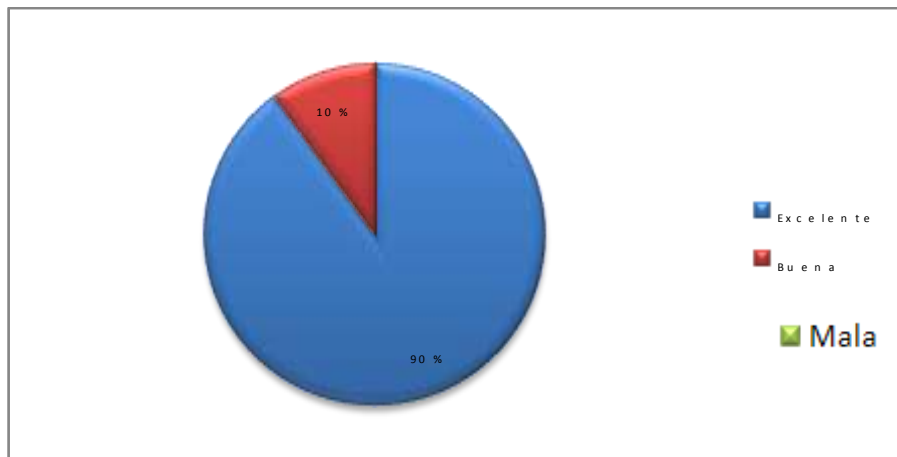
El 70% de los encuestados indican que son razonables los requisitos que solicita la empresa, por lo tanto presenta una OPORTUNIDAD ALTA .

2. ¿ U s t e d e s u n p r o v e e d o r ?



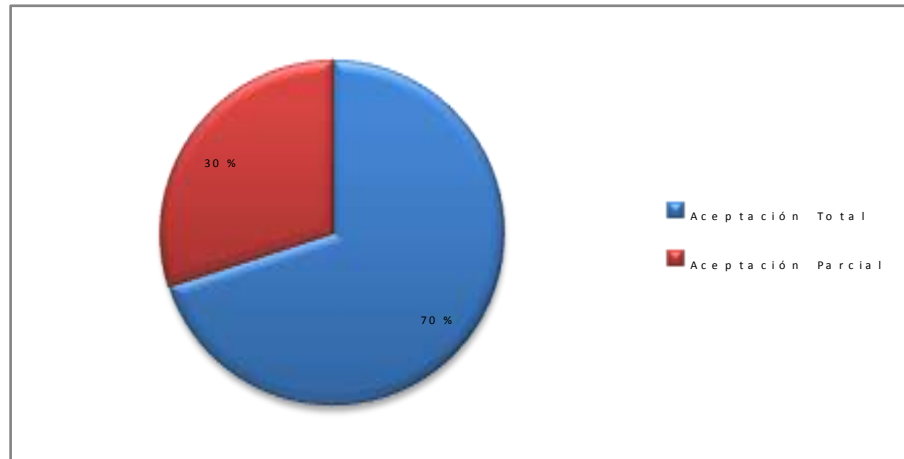
E l 70 % d e l o s p r o v e e d o r e s s o n f i j o s p o r l o t a n t o p r e s e n t a u n a O P O R T U N I D A D A L T A .

3. ¿ L a r e l a c i ó n q u e l l e v a c o n l a E m p r e s a e s :



E l 90 % d e l o s p r o v e e d o r e s i n d i c a n q u e t i e n e n u n a e x c e l e n t e r e l a c i ó n c o n l a e m p r e s a , p o r l o t a n t o p r e s e n t a u n a O P O R T U N I D A D A L T A .

5. ¿Está Usted de acuerdo que las adquisiciones de un bien o servicio, se realice por medio del Instituto Nacional de Contratación Pública?



El 70% tienen una aceptación total en la adquisición de un bien y servicio se realice por medio de la INCOPI, representa OPORTUNIDAD ALTA.

2.1.2.3. C O M P E T E N C I A

La competencia es la capacidad productiva de un individuo que se define y mide en términos de desempeño en un determinado contexto laboral, y refleja los conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes necesarias para la realización de un trabajo efectivo y de calidad.

Por lo tanto en las sociedades de mayor crecimiento económico, deber tomar en cuenta el saber hacer y saber ser, es decir tener una adecuada administración y desarrollo de recursos humanos.¹⁶

La EM AAP-Q, se caracteriza por ser un monopolio natural en donde tiene una situación de privilegio en el mercado ya que es la única empresa que brinda los servicios de Agua Potable y Alcantarillado y presenta una O P O R T U N I D A D A L T A .

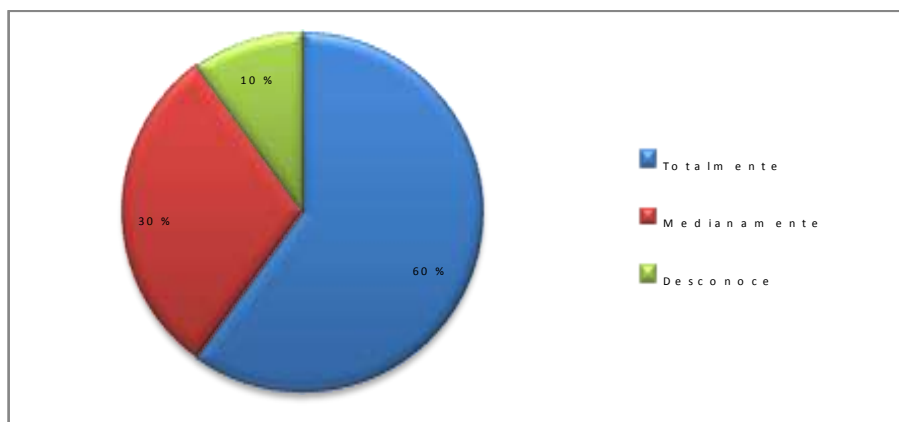
¹⁶ <http://www.oei.org.co/iberfop/tamayo/sid038.htm>

2.2. ANÁLISIS INTERNO

2.2.1. CAPACIDAD ADMINISTRATIVA

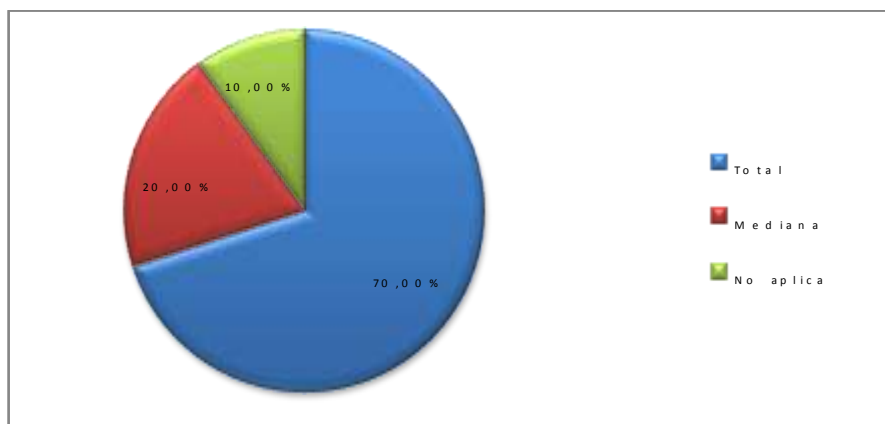
PLANIFICACIÓN

1. ¿Conoce la misión y visión de la empresa?



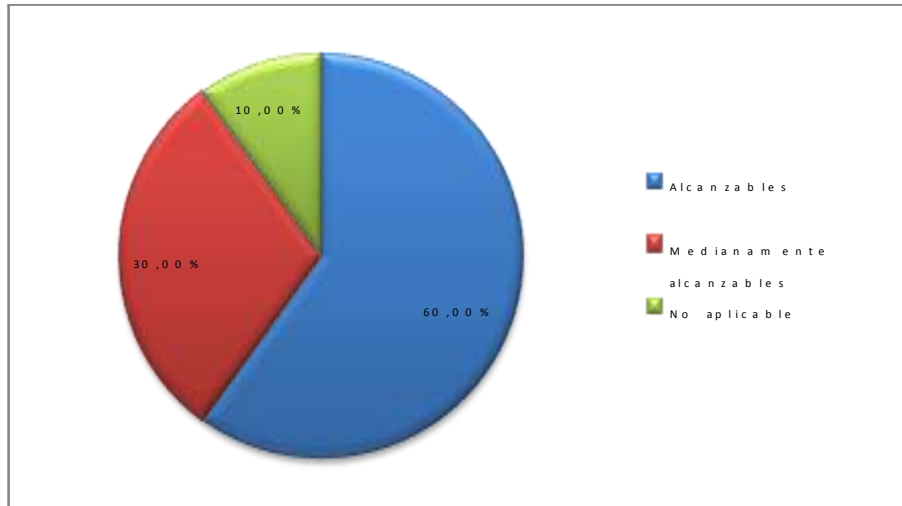
El 60% de las personas encuestadas, indican que a su totalidad conocen la visión y misión de la EMAAP-Q, por lo tanto indica una FORTALEZA ALTA

2. ¿Cree usted que la aplicación de la misión de la empresa es?



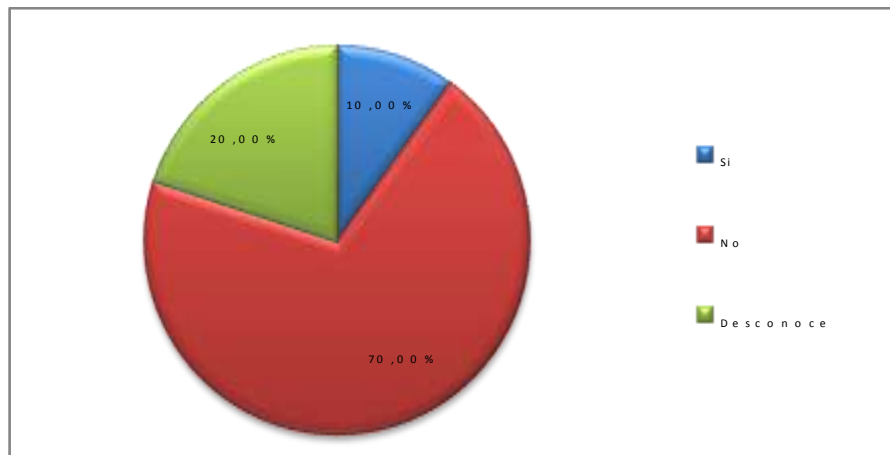
El 60% de las personas encuestadas, indican que se aplica la misión de manera total en la empresa, por lo tanto presenta una **FORTALEZA MEDIA**.

3. ¿ Cree usted que la visión planteada por la EMAAP-Q es:



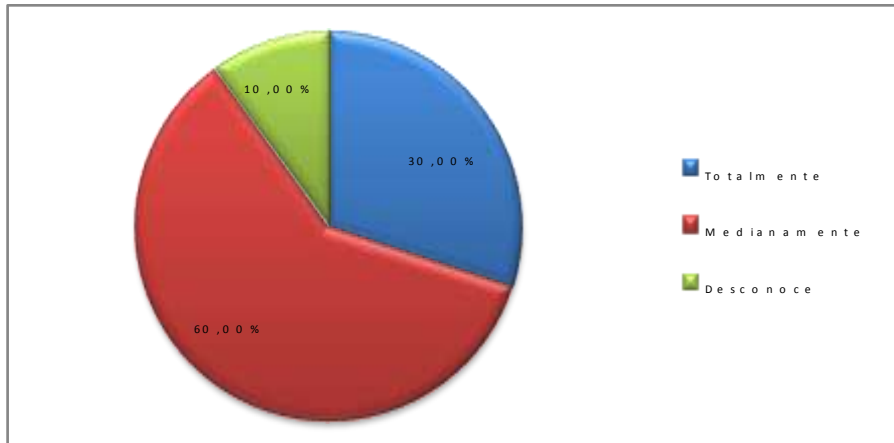
El 60% de los empleados indica que la visión planteada por la empresa es alcanzable logrando obtener una **FORTALEZA MEDIA**.

4. ¿ Conoce el Código de Ética, planteado por la EMAAP-Q ?



El 70% de los empleados indica que no conoce el Código de Ética, y representa una **DEBILIDAD ALTA**.

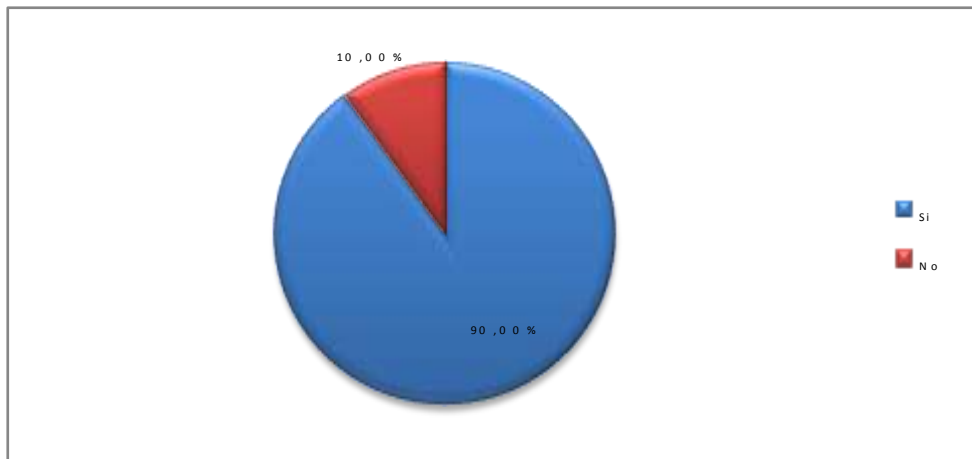
5. ¿ Cree usted que con el Plan Operativo Anual que maneja la EM AAP-Q , se controla el desarrollo de actividades mensuales de los departamentos ?



El 60% menciona que el POA , no controla las actividades mensuales de los departamentos y representa una **DEBILIDAD MEDIA** .

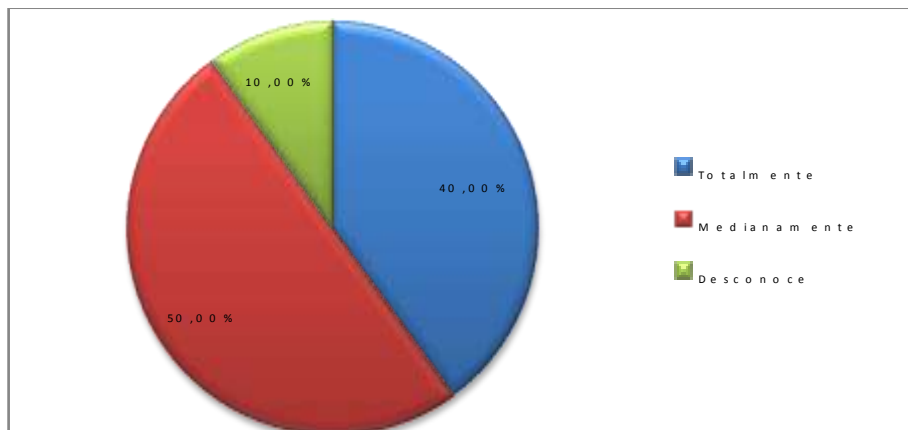
ORGANIZACIÓN

1. ¿Conoce usted la estructura orgánica de la empresa?



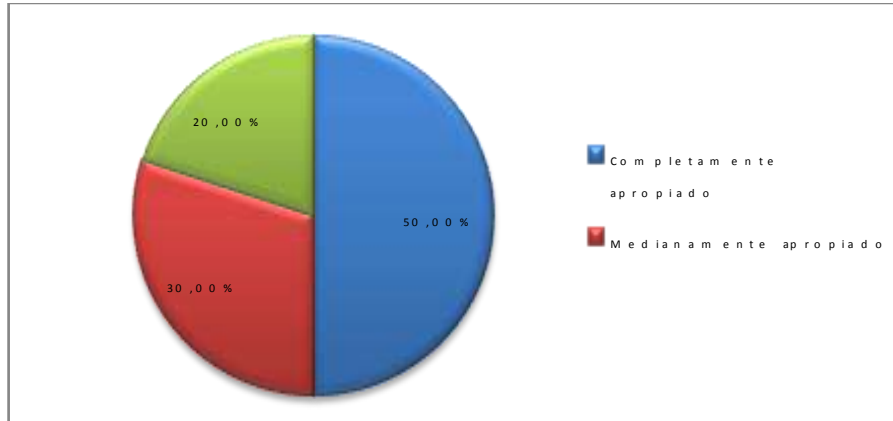
El 90% de los empleados encuestados, indican que si conocen la estructura organizacional de la empresa, por lo tanto presenta una **FORTALEZA ALTA**.

2. ¿Cree usted que la estructura funcional de su departamento es aplicable?



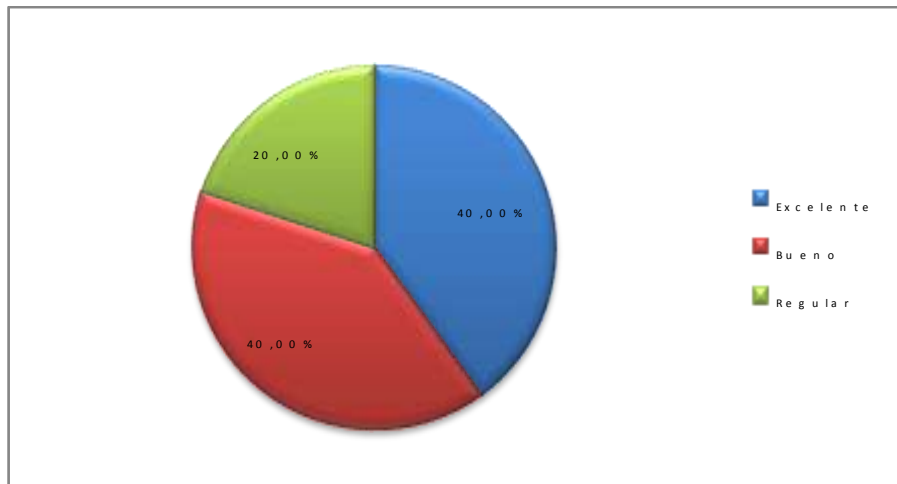
El 40% de los encuestados indican que la estructura funcional de cada departamento es aplicable medianamente y presenta una **DEBILIDAD MEDIA**.

3. ¿El lugar donde desarrolla su trabajo lo considera?



El 50 % siente que su lugar de trabajo es completamente apropiado para elaborar sus actividades y representa una **FORTALEZA MEDIA**.

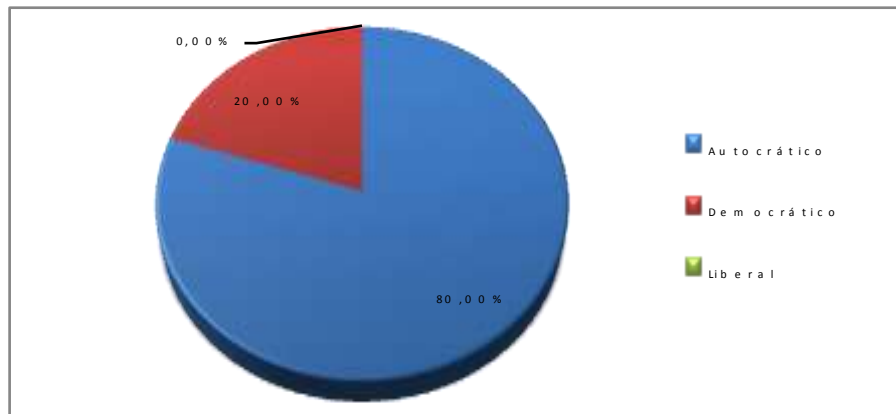
4. ¿El ambiente laboral de su área lo considera?



El 60 % de los encuestados, indican que el ambiente laboral de su área es bueno y regular, por lo tanto es una **DEBILIDAD ALTA**.

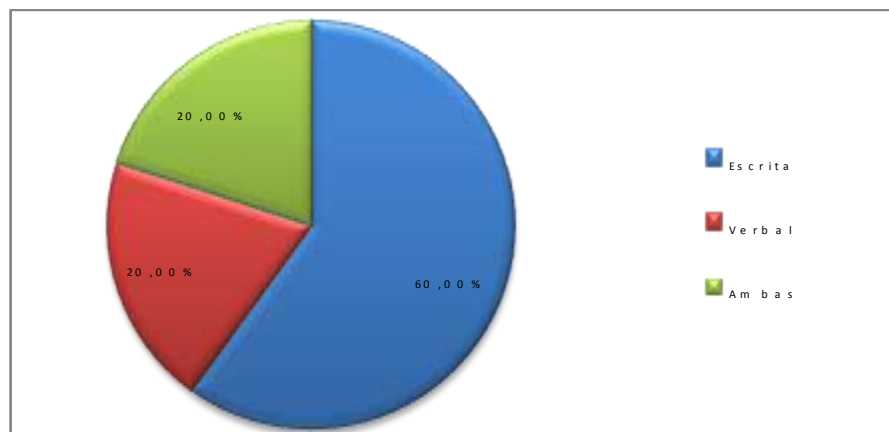
DIRECCIÓN

1. El liderazgo del Gerente General de la empresa es?



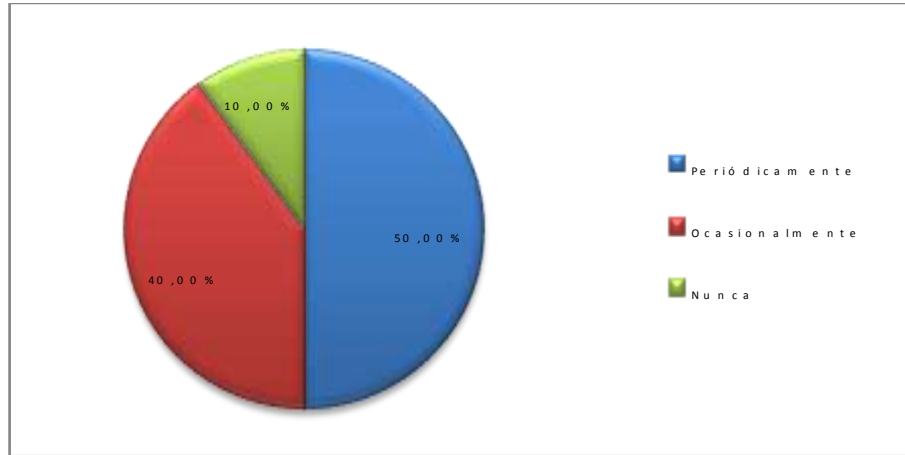
El 80% de los encuestados indican que el Gerente General, lleva un liderazgo autocrático en la empresa, por lo tanto se considera una **DEBILIDAD ALTA**

2. El Jefe Departamental, comunica a su grupo de trabajo las actividades a realizarse de manera?



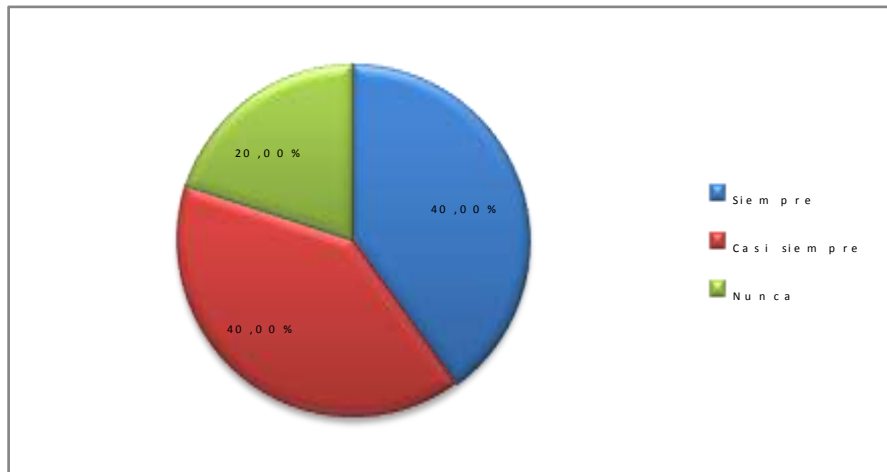
El 60% de los empleados, indica que las actividades a realizarse por parte del jefe inmediato, son de manera escrita y representa una **FORTALEZA MEDIA**.

3. La Capacitación al personal, se la realiza?



El 50% de los empleados, indica que las capacitaciones son periódicamente y representa una **DEBILIDAD MEDIA**.

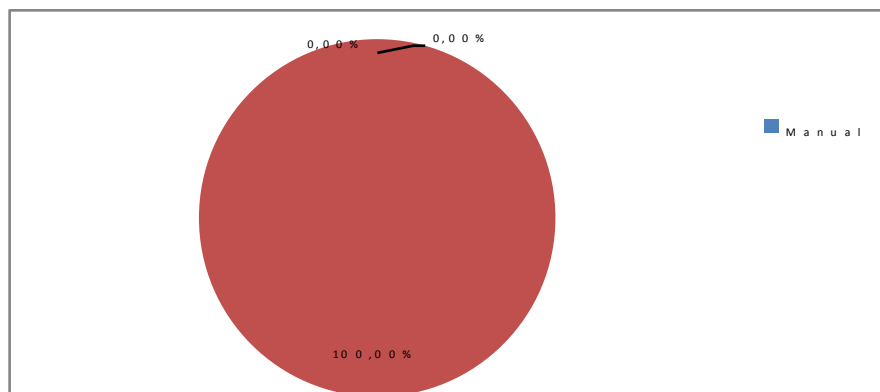
4. En su área o departamento, realizan actividades en grupo?



El 40% de los empleados, indica que el trabajo en equipo es casi siempre presenta una **DEBILIDAD ALTA**.

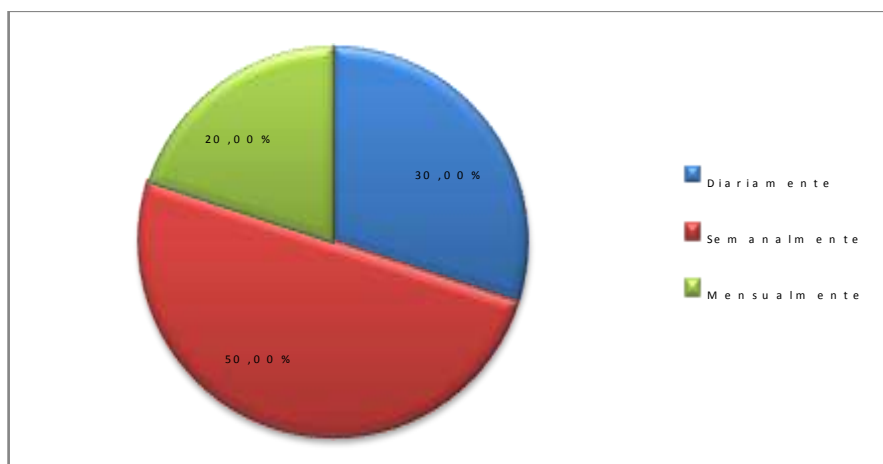
C O N T R O L

1. El control de asistencia lo hacen por medio ?



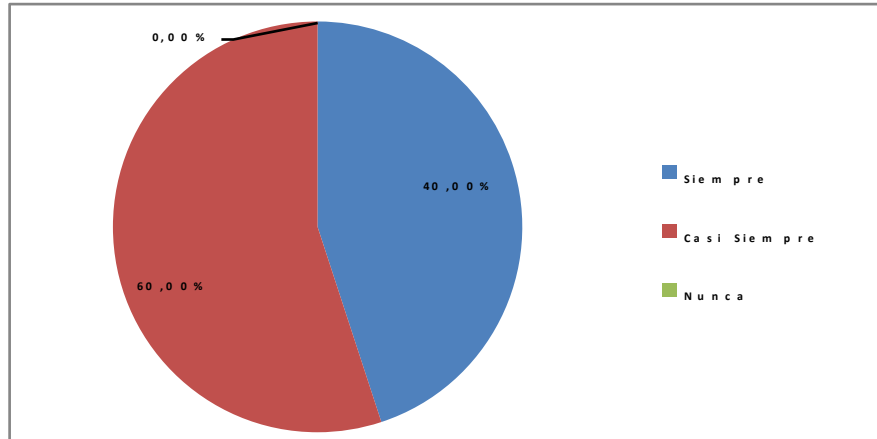
El 100% de los encuestados indican que el control es por medio del reloj control, tanto en horario de entrada, mediodía y salida, representa una **FORTALEZA ALTA**.

2. Con que periodicidad es controlado su trabajo ?



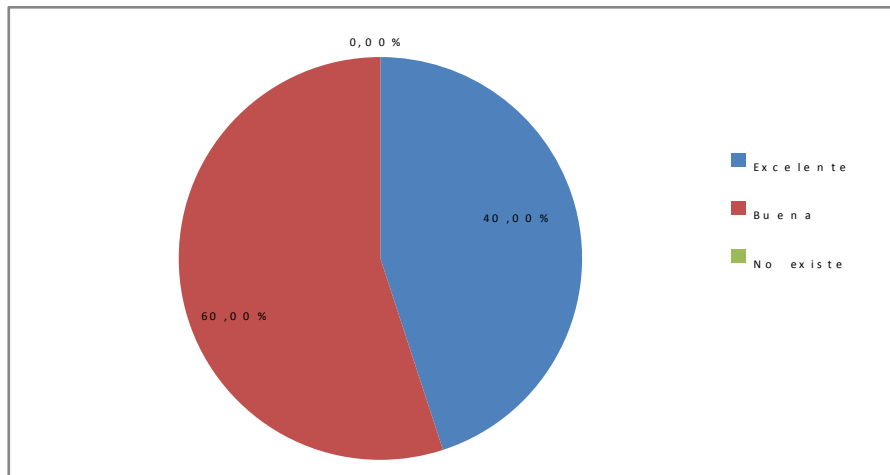
El 50% de los encuestados, indica que se realiza el control de su trabajo semanalmente, por lo tanto presenta una **DEBILIDAD MEDIA**.

3. Existe un control de las actividades en cada uno de los departamentos?



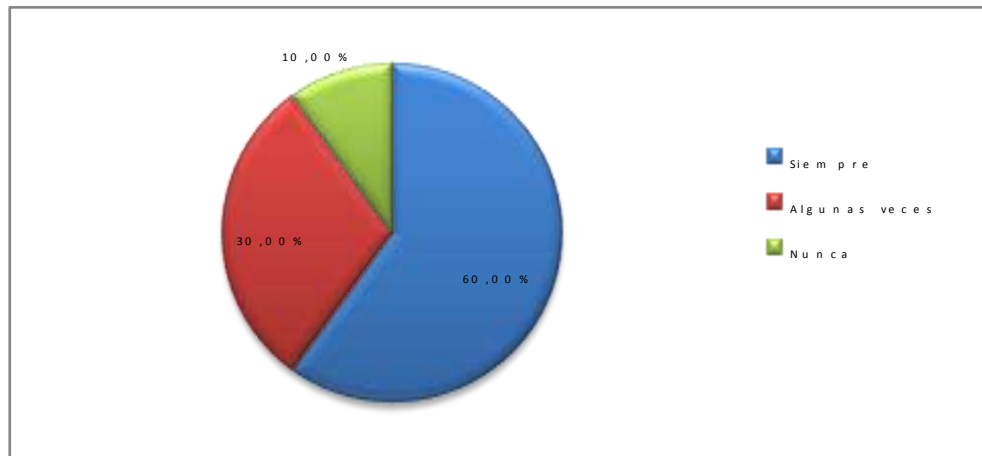
El 60% de los encuestados, indica que se realiza el control del departamento casi siempre, por lo tanto presenta una **DEBILIDAD MEDIA**.

4. La comunicación dentro de la empresa es:



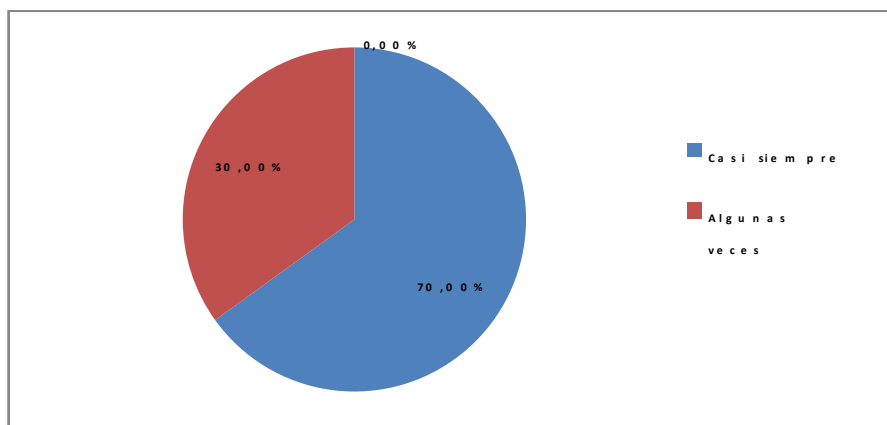
El 60% de los encuestados, indica que la comunicación interna de la empresa es buena por lo tanto tiene una **DEBILIDAD MEDIA**.

1. Hace uso permanente de la Intranet de la Empresa?



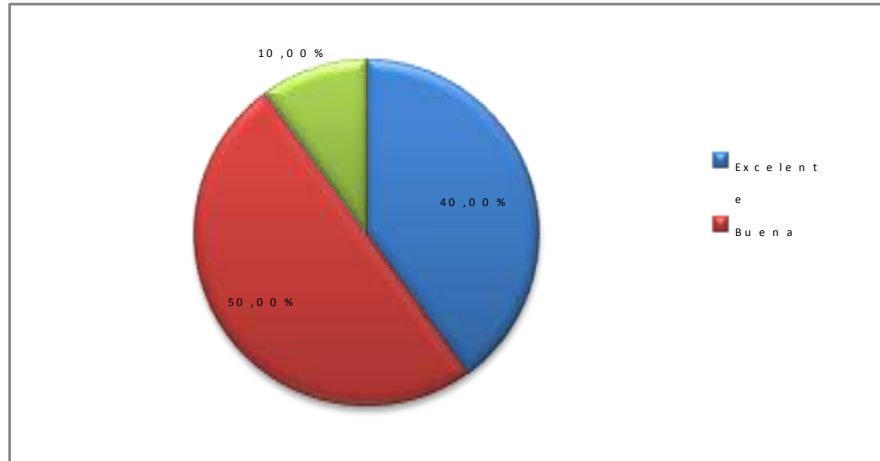
El 60% de los empleados encuestados, indican que siempre hacen uso de la intranet de la empresa, y presenta **FORTALEZA MEDIA**.

2. El acceso, navegación y consulta en el intranet y extranet se realiza de manera rápida y sencilla, lo que permite disponer de información oportuna?



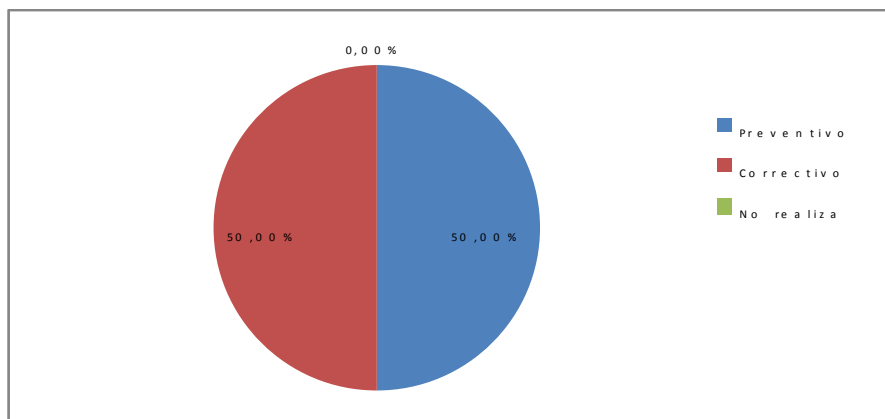
El 70% de los empleados encuestados, indican que la intranet y extranet se utiliza de manera rápida y presenta una **FORTALEZA ALTA**.

3. La tecnología que tiene la empresa como una herramienta de trabajo que facilita el desarrollo de sus actividades es... ..?



El 50% de los encuestados, dicen que la tecnología que utiliza la empresa es buena, por lo tanto presenta una **DEBILIDAD MEDIA**.

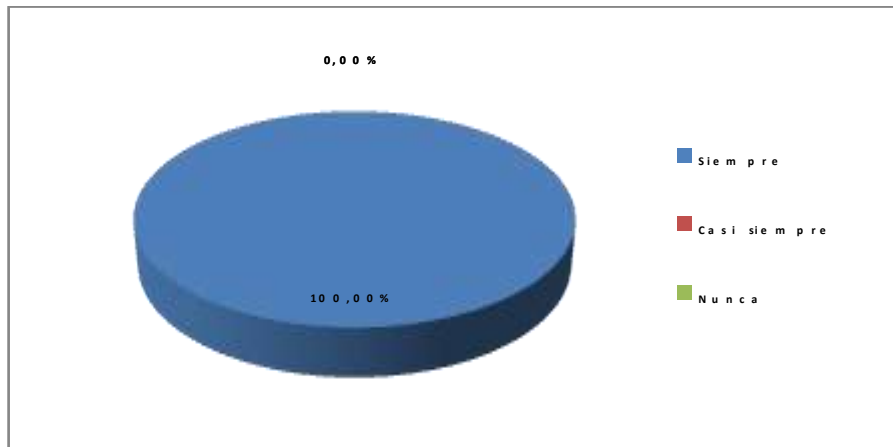
4. Mantenimiento que se realiza a la tecnología de la empresa se lo hace de manera... ..?



El 50% de los encuestados, dicen que el mantenimiento que realiza el departamento informático la efectúa de manera preventiva y correctiva, por lo tanto representa **FORTALEZA MEDIA**.

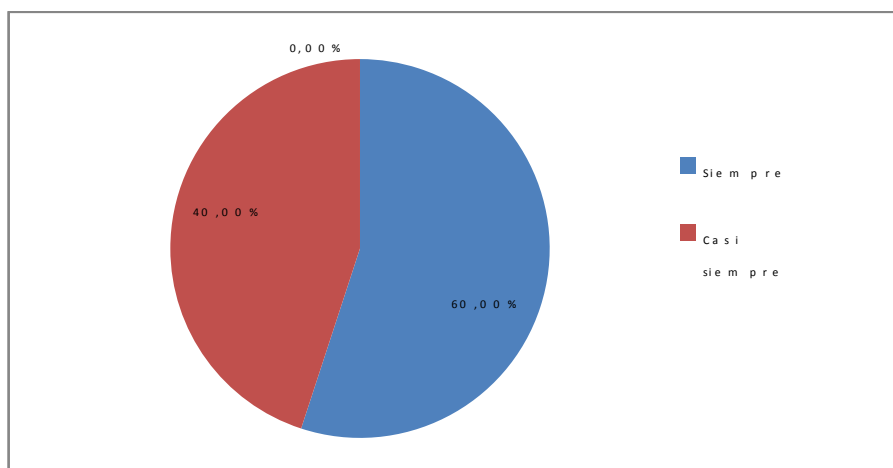
2.2.3. CAPACIDAD FINANCIERA

1. Los Estados Financieros que tiene la empresa están actualizados?



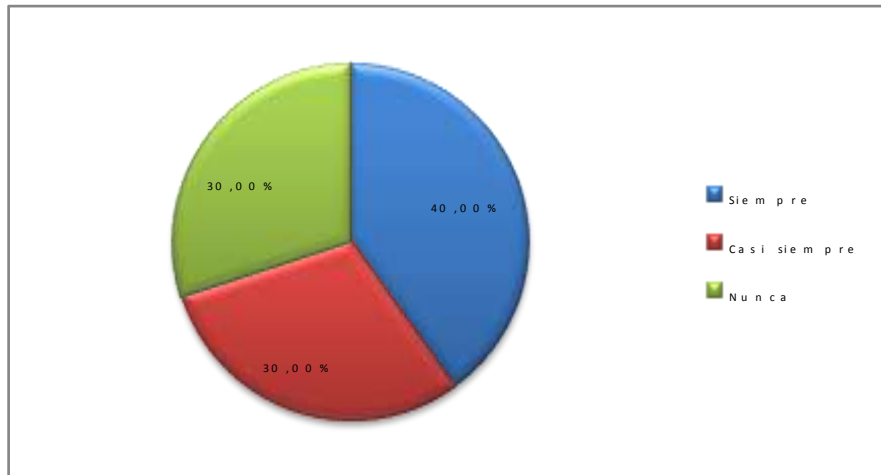
El 100% de los encuestados, indican que los Estados Financieros se encuentran actualizados siempre y se tiene una FORTALEZA ALTA.

2. Los departamentos de la empresa realiza un presupuesto de gastos e inversiones proyectadas?



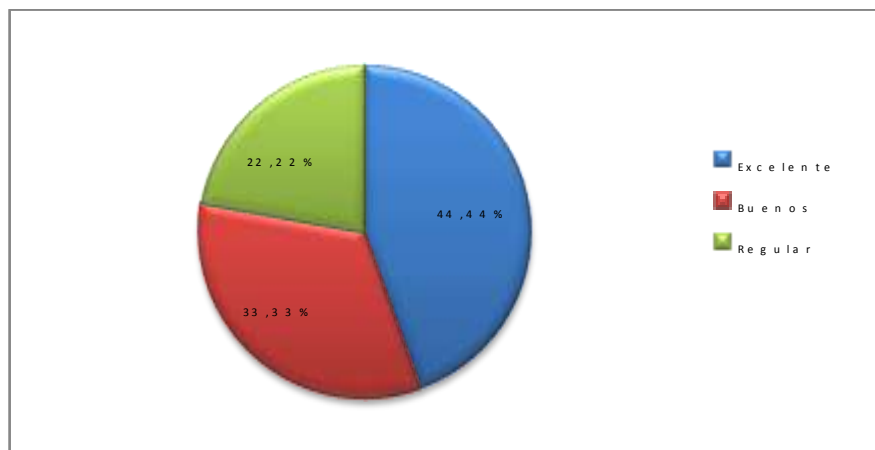
El 60% de los encuestados, indican que realizan un presupuesto de gastos e inversiones proyectadas y representa FORTALEZA MEDIA.

3. Existe control de las fuentes de financiamiento de los departamentos de la empresa?



El 40% de los encuestados, indican que siempre existe un control de las fuentes de financiamiento, pero el 30% mencionan que es casi siempre y nunca el control y representa una **DEBILIDAD MEDIA**.

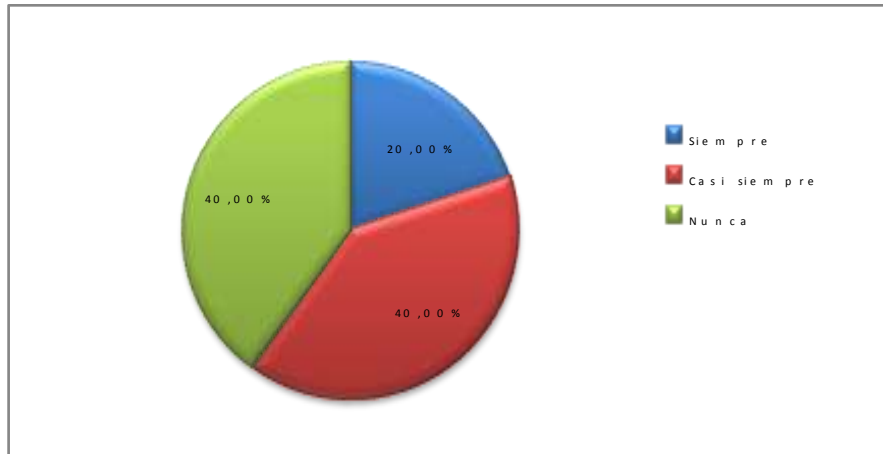
4. ¿Cree usted que el Modelo de la Planificación Financiera, es una técnica... ..?



El personal de la empresa creen en un 44.44% que es una buena técnica el Modelo de Planificación Financiera y presenta una **DEBILIDAD MEDIA**.

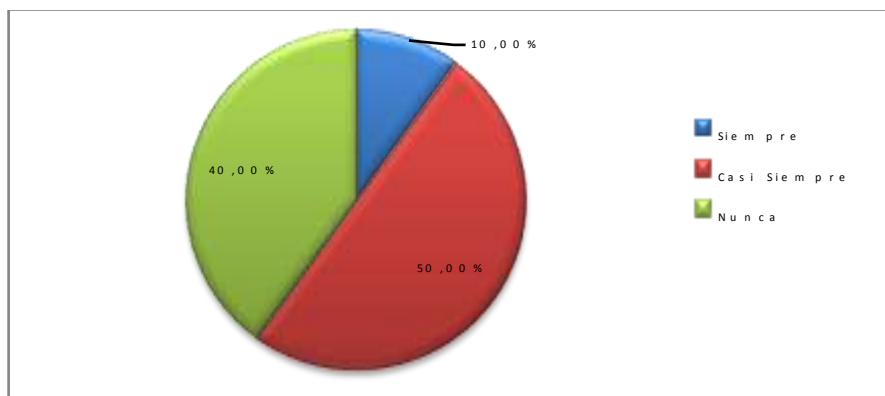
2.2.4. CAPACIDAD DEL TALENTO HUMANO

1. ¿En la empresa, se reconoce los logros y el compromiso de las personas y equipos que se esfuerzan en mejorar?



En un 40 % del personal de la empresa no recibe reconocimiento de sus logros por lo tanto presenta una **DEBILIDAD MEDIA**.

2. ¿Se realizan planes para el personal como la admisión, formación, desarrollo, capacitación logrando evaluar el rendimiento y las necesidades de desarrollo de todos los empleados?



En un 50 % del personal, no recibe los planes mencionados, obteniendo una **DEBILIDAD MEDIA** para la empresa.

2.3. MATRICES

2.3.1. MATRICES DE IMPACTO INTERNA Y EXTERNA

Mediante la matriz de impacto se mide cada aspecto identificado en el análisis interno y externo, es decir a nivel de negocio, donde se logra identificar prioridades ya sean por urgencia o por factibilidad.

Ponderación del Impacto

ALTO	Amplia incidencia de las variables
MEDIO	Relativa incidencia de las variables
BAJO	Poca incidencia de las variables

Ponderación del Impacto en escala de medición

PONDERACIÓN	NUMÉRICA
ALTO	5
MEDIO	3
BAJO	1

2.3.1.1. MATRIZ DE IMPACTO EXTERNA

	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			IMPACTO		
	ALTA	MEDIA	BAJA	ALTA	MEDIA	BAJA	5	3	1
FACTORES									
ECONÓMICO									
Incremento de Inflación	x						O5		
Disminución PIB		x						O3	
TECNOLÓGICO									
Nueva Tecnología		x						O3	
POLÍTICO - LEGAL									
Cambios de legalización y normas					x			A3	
SOCIO - CULTURAL									
Incremento de desempleo				x			A1		
DEMOGRÁFICO									
Crecimiento Poblacional		x						O3	
GEOGRÁFICO									
Fenómenos Naturales					x			A3	
CLIENTES									
Satisfacción en calidad de los servicios					x			A3	
Frecuencia de reclamos				x			A1		
Tiempo de recepción de quejas y reclamos				x			A1		
Atención Personalizada					x			A3	
Rubro cobrado por Alcantarillado					x			A3	
PROVEEDORES									
Confiability en los productos/servicios	x						O1		
Exigencia de requisitos para proveedores	x						O1		
Proveedores fijos	x						O1		
Relación con la empresa	x						O1		
Compras por la INCOP	x						O1		
COMPETENCIA									
Monopolio Natural	x						O1		

	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
	ALTA	MEDIA	BAJA	ALTA	MEDIA	BAJA	5	3	1
CAPACIDADES									
ADMINISTRATIVA									
Planificación									
El personal tiene conocimientos de la Misión y Visión de la EMAAP-Q	x						F5		
Personal comprometido con la Misión de la Empresa		x						F3	
Visión alcanzable en el futuro		x						F3	
Falta de difusión del Código de Ética				x			D5		
No aprobación de Plan Operativo Anual por parte del personal					x			D3	
Organización									
Conocimiento de la Estructura Orgánica de la empresa	x						F5		
Falta de aplicación de la Estructura Funcional					x			D3	
Contar con un espacio físico satisfactorio para cada uno de los departamentos		x						F3	
Necesidad de mejorar el ambiente laboral				x			D5		
Dirección									
Falta de liderazgo encabezando la Gerencia General				x			D5		
Buena comunicación del personal, mediante la comunicación escrita		x						F3	
Falta de apoyo a la capacitación permanente del personal					x			D3	
Escaso trabajo en grupo en la empresa				x			D5		
Control									
Control eficiente en la asistencia del personal	x						F5		
Baja periodicidad de control en el cumplimiento de trabajo de cada uno de los empleados de la EMAAP-Q					x			D3	
Bajo nivel de control de actividades realizadas por departamentos					x			D3	
Poca comunicación empresarial					x			D3	
TECNOLÓGICA									
Permanente uso de la Intranet		x						F3	
Alto porcentaje de utilización del Extranet	x						F5		
Falta de equipos y programas informáticos					x			D3	
Mantenimiento preventivo y correctivo del recurso informático		x						F3	
FINANCIERA									
Sistema de actualización permanente de los Estados Financieros	x						F5		
Realización periódica de los gastos e inversiones proyectados.		x						F3	
Escaso control de las fuentes de financiamiento de la empresa					x			D3	
Personal insatisfecho con la metodología del Modelo de Planificación Financiera aplicada en la empresa					x			D3	
TALENTO HUMANO									
Falta de reconocimientos e incentivos al personal					x			D3	
Necesidad de mejorar la admisión, formación, desarrollo y capacitación al personal.					x			D3	

FORTALEZAS	
El personal tiene conocimientos de la Misión y Visión de la EMAAP-Q	5
Personal comprometido con la Misión de la Empresa	3
Visión alcanzable en el futuro	3
Conocimiento de la Estructura Orgánica de la empresa	5
Contar con un espacio físico satisfactorio para cada uno de los departamentos	3
Buena comunicación del personal, mediante la comunicación escrita	3
Control eficiente en la asistencia del personal	5
Permanente uso de la Intranet	3
Alto porcentaje de utilización del Extranet	5
Mantenimiento preventivo y correctivo del recurso informático	3
Sistema de actualización permanente de los Estados Financieros	5
Realización periódica de los gastos e inversiones proyectados.	3

DEBILIDADES	
Falta de difusión del Código de Ética	5
No aprobación de Plan Operativo Anual por parte del personal	3
Falta de aplicación de la Estructura Funcional	3
Necesidad de mejorar el ambiente laboral	5
Falta de liderazgo encabezando la Gerencia General	5
Escaso trabajo en grupo en la empresa	3
Baja periodicidad de control en el cumplimiento de trabajo de cada uno de los empleados de la EMAAP-Q	5
Bajo nivel de control de actividades realizadas por departamentos	3
Poca comunicación empresarial	3
Falta de equipos y programas informáticos	3
Falta de equipos y programas informáticos	3
Escaso control de las fuentes de financiamiento de la empresa	3
Personal insatisfecho con la metodología del Modelo de Planificación Financiera aplicada en la empresa	3
Falta de reconocimientos e incentivos al personal	3
Necesidad de mejorar la admisión, formación, desarrollo y capacitación al personal.	3

OPORTUNIDADES	
Incremento de Inflación	5
Disminución PIB	3
Nueva Tecnología	3
Crecimiento Poblacional	3
Confiabilidad en los productos/servicios	1
Exigencia de requisitos para proveedores	1
Proveedores fijos	1
Relación con la empresa	1
Compras por la INCOP	1
Monopolio Natural	1

AMENAZAS	
Cambios de legalización y normas	3
Incremento de desempleo	1
Fenómenos Naturales	3
Satisfacción en calidad de los servicios	3
Frecuencia de reclamos	1
Tiempo de recepción de quejas y reclamos	1
Atención Personalizada	3
Rubro cobrado por Alcantarillado	3

	AMENAZAS	Cambios de legalización y normas	Incremento de desempleo	Fenómenos Naturales	Satisfacción en calidad de los servicios	Frecuencia de reclamos	Tiempo de recepción de quejas y reclamos	Atención Personalizada	Rubro cobrado por Alcantarillado	TOTAL	
DEBILIDADES		3	1	3	3	1	1	3	3		
Falta de difusión del Código de Ética	5	3	1	3	3	5	5	3	3	26	3
No aprobación de Plan Operativo Anual por parte del personal	3	3	3	3	3	1	5	3	3	24	5
Falta de aplicación de la Estructura Funcional	3	3	1	3	3	1	3	3	3	20	
Necesidad de mejorar el ambiente laboral	5	5	1	5	5	1	5	5	5	32	1
Falta de liderazgo encabezando la Gerencia General	5	3	5	3	3	5	5	3	3	30	2
Escaso trabajo en grupo en la empresa	3	3	1	3	3	3	1	3	3	20	
Baja periodicidad de control en el cumplimiento de trabajo de cada uno de los empleados de la EMAAP-Q	5	3	1	3	3	5	5	3	3	26	4
Bajo nivel de control de actividades realizadas por departamentos	3	3	1	3	3	1	1	3	3	18	
Poca comunicación empresarial	3	3	1	3	3	1	1	3	3	18	
Falta de equipos y programas informáticos	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24	6
Falta de equipos y programas informáticos	3	3	1	3	3	3	1	3	3	20	
Escaso control de las fuentes de financiamiento de la empresa	3	3	1	3	3	3	1	3	3	20	
Personal insatisfecho con la metodología del Modelo de Planificación Financiera aplicada en la empresa	3	3	1	3	3	3	1	3	3	20	
Falta de reconocimientos e incentivos al personal	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24	7
Necesidad de mejorar la admisión, formación, desarrollo y capacitación al personal.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24	8
TOTAL		47	27	47	47	41	44	47	47	347	
		1	2	3	6	4	5				
Promedio											
Debilidades		43,38									
Amenazas		23,13									

	OPORTUNIDADES	Incremento de Inflación	Disminución PIB	Nueva Tecnología	Crecimiento Poblacional	Confiabilidad en los productos/servicios	Exigencia de requisitos para proveedores	Proveedores fijos	Relación con la empresa	Compras por la INCOP	Monopolio Natural	TOTAL	
FORTALEZAS		5	3	3	3	3	1	1	1	1	1		
El personal tiene conocimientos de la Misión y Visión de la EMAAP-Q	5	5	3	3	3	5	5	1	5	1	5	36	1
Personal comprometido con la Misión de la Empresa	3	3	3	3	3	3	4	1	1	1	3	25	
Visión alcanzable en el futuro	3	3	3	3	3	3	1	1	1	3	3	24	
Conocimiento de la Estructura Orgánica de la empresa	5	5	3	3	3	3	5	1	1	1	5	30	2
Contar con un espacio físico satisfactorio para cada uno de los departamentos	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	3	24	
Buena comunicación del personal, mediante la comunicación escrita	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	28	3
Control eficiente en la asistencia del personal	5	5	3	3	3	3	5	1	1	1	1	26	
Permanente uso de la Intranet	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	22	
Alto porcentaje de utilización del Extranet	5	5	3	3	3	3	1	1	1	1	5	26	
Mantenimiento preventivo y correctivo del recurso informático	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	4
Sistema de actualización permanente de los Estados Financieros	5	5	3	3	3	5	1	1	1	1	1	24	
Realización periódica de los gastos e inversiones proyectados.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	28	5
TOTAL		46	36	36	36	40	35	18	22	20	34	323	6
		1	3	4	5	2							
Promedio													
Fortaleza		26,92											
Oportunidades		32,30											

2.3.4. HOJA DE TRABAJO

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <p>El personal tiene conocimientos de la Misión y Visión de la EMAAP-Q Conocimiento de la Estructura Orgánica de la empresa Buena comunicación del personal, mediante la comunicación escrita Mantenimiento preventivo y correctivo del recurso informático Realización periódica de los gastos e inversiones proyectados.</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>Incremento de la Inflación Disminución PIB Nueva Tecnología Crecimiento Poblacional Confiabilidad en los productos/servicios Exigencia de requisitos para proveedores Monopolio Natural</p>
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <p>Falta de difusión del Código de Ética No aprobación de Plan Operativo Anual por parte del personal Necesidad de mejorar el ambiente laboral Falta de liderazgo encabezando la Gerencia General Baja periodicidad de control en el cumplimiento de trabajo de cada uno de los empleados de la EMAAP-Q Falta de equipos y programas informáticos Falta de reconocimientos e incentivos al personal Necesidad de mejorar la admisión, formación, desarrollo y capacitación al personal.</p>	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <p>Cambios de legalización y normas Fenómenos Naturales Satisfacción en calidad de los servicios Tiempo de recepción de quejas y reclamos Atención Personalizada Rubro cobrado por Alcantarillado</p>

2.3.5.1. ANÁLISIS F.O.D.A.

FORTALEZAS - OPORTUNIDADES

- **Mejoramiento de atención al cliente:**

(F1-O3-O4-O5)

Mediante el conocimiento de la Misión y Visión de la EM AAP-Q por parte del personal, ayuda a brindar mejor atención al cliente, ya que se basan en la calidad de sus servicios, pero también implica el crecimiento poblacional que ha venido evolucionando progresivamente en el Distrito Metropolitano de Quito, por lo tanto se obtendrá nueva tecnología para poder tener confiabilidad en los productos y servicios que brinda la Empresa.

5. Desarrollo en la gestión tecnológica de la EM AAP-Q

(F4-O3-O6)

El mantenimiento y actualización preventiva y correctiva que realiza la Empresa a los Recursos Informáticos que posee, ayudará a obtener Softwares que brinden satisfacción al cliente y al personal, estos se logrará mediante el requerimiento de proveedores especializados en el campo tecnológico, bajo exigentes requisitos.

- **Crecimiento empresarial:**

(F2-F3-F5-O7)

Por medio de la comunicación interna que maneja la empresa, se puede desarrollar mecanismos de información para los clientes externos, dando a conocer los beneficios para cada uno de ellos, esto se logrará mediante gastos e inversiones que realiza la empresa para adquirir nuevos métodos para ofrecer servicios de calidad.

D E B I L I D A D E S - O P O R T U N I D A D E S

- **D e s a r r o l l a r l a g e s t i ó n s o c i a l e n e l D . M . Q .**

(D 3 - D 5 - O 1 - O 2)

D e s a r r o l l a r u n a g e s t i ó n s o c i a l m e n t e r e s p o n s a b l e , l a E M A A P - Q c o n s u s r e s p e c t i v o s d e p a r t a m e n t o s q u e b r i n d a n e l s e r v i c i o d e a l c a n t a r i l l a d o , m a n t e n d r á n e l e v a d a s c o b e r t u r a s d e s e r v i c i o s e n e l D M Q e x t e n d i e n d o l o s m i s m o s d e n t r o d e s u á r e a d e a t e n c i ó n y s u b s i d i a r á a l o s h o g a r e s d e b a j o s i n g r e s o s , p a r a f a c i l i t a r e l a c c e s o a l o s s e r v i c i o s y n o a f e c t a r a l a a u t o s o s t e n i b i l i d a d f i n a n c i e r a .

M e j o r a m i e n t o e n l a s e l e c c i ó n d e l P e r s o n a l

(D 7 - D 8 - D 4 - O 7)

M e j o r a r e l p r o c e s o d e s e l e c c i ó n d e l p e r s o n a l , m e d i a n t e l a a d m i s i ó n , f o r m a c i ó n , d e s a r r o l l o y c a p a c i t a c i ó n d e c a d a u n o d e l o s e m p l e a d o s , p a r a t e n e r e n l a e m p r e s a p e r s o n a s c o n l i d e r a z g o y q u e s e a n r e c o n o c i d a s p o r s u s l o g r o s p e r s o n a l e s y s e r u n a p o y o p a r a l o g r o s e m p r e s a r i a l e s .

D E B I L I D A D E S - A M E N A Z A S

C u m p l i m i e n t o d e l C ó d i g o d e É t i c a

(O 3 - O 7 - D 1 - D 6)

D i f u n d i r a l p e r s o n a l , e l c u m p l i m i e n t o d e l C ó d i g o d e É t i c a , p a r a p o d e r l l e v a r a c a b o a c t i v i d a d e s s a t i s f a c t o r i a s t a n t o p a r a l a e m p r e s a c o m o p a r a l o s c l i e n t e s , c o n e l a p o y o d e l a t e c n o l o g í a , y a q u e e s m u y i m p o r t a n t e g e n e r a r v a l o r a g r e g a d o e n u n a e m p r e s a q u e s e c a r a c t e r i z a p o r s e r M o n o p o l i o N a t u r a l .

- **D e s a r r o l l a r u n g e s t i ó n a m b i e n t a l**

(A 2 - A 3 - A 6 - D 2)

D e s a r r o l l a r u n a g e s t i ó n a m b i e n t a l , e n l a c u a l o p t i m i z a r á l o s p r o c e s o s o p e r a t i v o s d e m o n o d e m i n i m i z a r l o s i m p a c t o s a d v e r s o s s o b r e l o s f e n ó m e n o s n a t u r a l e s , d o n d e s e p r e s e r v a r á l o s s e r v i c i o s d e a g u a p o t a b l e y a l c a n t a r i l l a d o .

F O R T A L E Z A S - A M E N A Z A S

- **C u m p l i m i e n t o d e l a E s t r u c t u r a F u n c i o n a l**

(F 2 - A 1 - A 3 - A 5)

P a r a l l e v a r a c a b o l a s a c t i v i d a d e s p l a n t e a d a s e n e l R e g l a m e n t o O r g á n i c o e s i m p o r t a n t e d a r a c o n o c e r a l p e r s o n a l , p a r a p o d e r b r i n d a r u n a m a y o r e f i c i e n c i a e n l a s l a b o r e s y s o b r e t o d o d a r e l m e j o r s e r v i c i o a l a c o m u n i d a d , t e n i e n d o l a s a t i s f a c c i ó n d e c a d a u n o d e e l l o s .

- **M e j o r a r e l t i e m p o d e r e c l a m o s y q u e j a s**

(F 3 - A 4 - A 6)

I m p l e m e n t a r c a n a l e s d e c o m u n i c a c i ó n p a r a l a c o m u n i d a d , p a r a h a c e r c o n o c e r l o s s e r v i c i o s q u e o f r e c e y t a m b i é n r e a l i z a r c o n t r o l d e a c t i v i d a d e s d e l p e r s o n a l , l o g r a n d o a s í l a d i s m i n u c i ó n d e t i e m p o s y c o s t o s e n e l c u m p l i m i e n t o d e l o s r e q u e r i m i e n t o s d e l o s c l i e n t e s , d a n d o u n s e r v i c i o e f i c i e n t e a c a m b i o d e u n r u b r o c o b r a d o a l a s f a c t u r a s .

**DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA
METROPOLITANA DE ALCANTARILLADO Y AGUA
POTABLE DE QUITO .**

2.4. PRINCIPIOS Y VALORES

La Empresa Metropolitana de Alcantarillado y Agua Potable de Quito tiene los siguientes principios y valores:

2.4.1. MATRIZ AXIOLÓGICA

VALORES Y PRINCIPIOS	ACTORES			
	CLIENTES	PROVEEDORES	COMPETENCIA	EMPLEADOS
VALORES Y PRINCIPIOS				
Honestidad	X	X		X
Bondad	X	X		X
Perseverancia	X	X		X
PRINCIPIOS				
Compromiso de la empresa	X	X		X
Gestión transparente	X			X
Participación comunitaria	X			X
Factores de valorización del cliente	X			X

VALORES ¹⁷

HONESTIDAD:

- Decir la verdad .
- No aprovecharse de los demás , ni de los bienes ni recursos ajenos .
- Tratar a todos con justicia , equidad y con apego a la ley .
- Ser auténtico , me presento como soy , sin atentar contra los derechos de los demás .
- Ser coherente entre lo que digo y lo que hago .

¹⁷ Comisión Metropolitana de Lucha Contra la Corrupción (Empresas Metropolitanas)

B O N D A D

- Establecer y mantener relaciones armónicas con los demás.
- Ser conciliador y mediador en situaciones difíciles o conflictivas.
- Servir y colaborar con todos en cualquier momento y lugar.
- No ser rencoroso: saber perdonar los agravios u ofensas y evitar causarlos.
- Ser solidario y reafirmar permanentemente el compromiso y responsabilidad social.

P E R S E V E R A N C I A

- Buscar sistemáticamente el logro de mis metas y objetivos.
- Cumplir con mis compromisos y responsabilidades, a pesar de las dificultades.
- No desmotivarse ante las dificultades.
- Buscar alternativas de solución ante los problemas y circunstancias difíciles.
- Esforzarse para no dejar trabajos pendientes.

P R I N C I P I O S ¹⁸

C O M P R O M I S O D E L A E M P R E S A Y D E R E C H O S C I U D A D A N O S

Conjunto de valores que le permitirán convalidar su compromiso con la ciudadanía, funcionarios y público en general en Salud Ciudadana, Ciudadanía Informada, Opción preferencial por la Tercera Edad y Discapacitados.

¹⁸ Consultoría HY TSA - PLANIFICACION ESTRATEGICA /EM AAP-Q/

G E S T I Ó N T R A N S P A R E N T E

Es la competitividad que responde a un alto grado de la capacidad de mantener relaciones transparentes con las más diversas instancias inmersas en su gestión

P A R T I C I P A C I Ó N C O M U N I T A R I A

La EM AAP-Q es una empresa al servicio de las necesidades más apremiantes de la ciudadanía; reconoce por tanto, el derecho a su participación activa en los proyectos de desarrollo solidario que la empresa realice

F A C T O R E S D E V A L O R I Z A C I Ó N D E L C L I E N T E

Se refiere al cliente atendido, cobertura, calidad, cantidad, continuidad, costo

2.5. V I S I Ó N

La visión fue obtenida por consenso en talleres realizados a tal fin. La nueva visión de la empresa es:

"E M P R E S A L Í D E R E N L A R E G I Ó N , Q U E S A T I S F A C E A L A P O B L A C I Ó N D E L D I S T R I T O M E T R O P O L I T A N O D E Q U I T O M E D I A N T E S E R V I C I O S P Ú B L I C O S D O M I C I L I A R I O S E F I C I E N T E S Y A U T O S O S T E N I B L E S , Q U E T R A B A J A C O N R E S P O N S A B I L I D A D S O C I A L , A M B I E N T A L , T R A N S P A R E N C I A , P A R T I C I P A C I Ó N C I U D A D A N A Y C O M P R O M I S O D E S U R E C U R S O H U M A N O ."

2.6. MISIÓN

Al igual que con la visión, la misión fue definida por los líderes de EM AAP -

Q en talleres específicos realizados a tal fin. La nueva misión es:

"PROVEER SERVICIOS DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE CALIDAD A LA COMUNIDAD, CON RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL."

Pero cabe indicar que el Departamento de Saneamiento, no posee una

misión, por lo tanto se la va a crear con las siguientes preguntas:

- ¿En qué negocio estamos?
- ¿Para qué existe la empresa? ¿Cuáles el propósito básico?
- ¿Cuáles son los elementos diferenciales de la compañía?
- ¿Quiénes son nuestros clientes?
- ¿Cuáles son los productos o servicios presentes y futuros?
- ¿Cuáles son los mercados presentes y futuros de la empresa?
- ¿Cuáles son los canales de distribución actuales y futuros?
- ¿Cuáles son los objetivos de rentabilidad de la empresa?
- ¿Cuáles son los principios organizacionales?
- Compromiso con los grupos referenciales"¹⁹

La misión creada para el Departamento de Saneamiento es la siguiente:

"CONTRIBUIR AL BIENESTAR CIUDADANO A TRAVÉS DE UNA EFICIENTE OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO DEL SISTEMA DE ALCANTARILLADO EN EL D.M.Q., CONTANDO CON: PERSONAL PERMANENTEMENTE COMPROMETIDO, TECNOLOGÍA DE PUNTA, PLANES Y PROGRAMAS DE PREVENCIÓN"

¹⁹ CERTO, S; Peter, P., Dirección Estratégica, tercera edición, España.

2.7. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Son objetivos estratégicos que la empresa quiere alcanzar en el mediano y largo plazo.

PERSPECTIVAS	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
DE LA COMUNIDAD	1. El D.M.Q. con infraestructura y servicios de agua y alcantarillado de amplia cobertura y óptima calidad; y, desarrollando una gestión socialmente responsable. Una Población del D.M.Q. satisfecha con los servicios.
FINANCIERA	2. La EMAAP-Q con los recursos financieros necesarios a través de una gestión eficiente y autosostenible.
DE LOS PROCESOS INTERNOS	3. La EMAAP-Q con procesos operativos y de apoyo optimizados que permitan lograr índices de desempeño comparables con las mejores empresas latinoamericanas, con responsabilidad ambiental.
DE FORMACIÓN Y CRECIMIENTO	4. La EMAAP-Q con todo su recurso humano calificado, con las competencias que demanda la optimización de sus procesos y que permanentemente se capacita en las innovaciones tecnológicas que se presentan. 5. La EMAAP-Q incorpora las innovaciones tecnológicas en sus procesos y realiza investigación y desarrollo tecnológico y corporativo, a fin de mejorar permanentemente su servicio.

